

Strategi Pengembangan Usaha Poultry Shop (Studi Kasus: Garuda PS Payakumbuh)

Gita Pratiwi Ramadhan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,
Universitas Islam Negeri Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi
Korespondensi penulis: gitaramadhan745@gmail.com

Amsah Hendri Doni

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,
Universitas Islam Negeri Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi
E-mail: amsahhendrioni@uinbukittinggi.ac.id

Abstract. *This research aims to analyze and find out the Poultry Shop Business Development Strategy at the Garuda Poultry Shop, Payakumbuh City. This research uses a qualitative descriptive approach, namely data analysis that is explanatory and data information that is linked to theories and concepts using primary data sources and secondary data. The data collection techniques used in this research were interviews, observation, library research and documentation. The data analysis techniques used are data reduction, data display, and SWOT analysis. The results of this research show that the Garuda PS store is located in quadrant I. Quadrant I is a favorable situation because of opportunities and strengths. The results of the SWOT matrix analysis show that the right strategy for the Garuda PS Store is the SO strategy. The SO strategy is, Maintaining good service, maintaining tested product quality and complementing the products sold. Strategy implementation and obstacles to strategy implementation, namely 1) Checking the product is carried out. The obstacle in implementing this implementation is that product checking is only done manually. 2) Providing the best service to customers, the obstacle in starting this is service costs which always increase. 3) Complementing the products sold with other products. The obstacle in implementing this strategy is the large number of items that are stockpiled. This research contributes to finding out the right development strategy for the development of the Garuda PS Store.*

Keywords: *Development Strategy; Poultry Shop Business, SWOT*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui bagaimana Strategi Pengembangan Usaha Poultry Shop pada toko Garuda Poultry Shop Kota Payakumbuh. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yaitu analisis data yang bersifat penjelasan dan informasi data yang dikaitkan dengan teori dan konsep menggunakan sumber data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang dipakai pada penelitian ini adalah wawancara, observasi, penelitian kepustakaan dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, display data, dan analisis SWOT. Hasil penelitian ini menunjukkan toko Garuda PS terletak pada kuadran I. Kuadran I merupakan keadaan yang menguntungkan karena adanya peluang serta kekuatan. Hasil analisis matriks SWOT menunjukkan strategi yang tepat untuk Toko Garuda PS adalah strategi SO. Adapun strategi SO yaitu, Mempertahankan pelayanan yang bagus, mempertahankan kualitas produk yang teruji dan melengkapi produk yang dijual. Implementasi strategi dan kendala implementasi strategi yaitu 1) Dilakukan pengecekan terhadap produk, kendala dalam penerapan implementasi ini adalah Pengecekan produk hanya dilakukan secara manual. 2) Memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan, kendala dalam strategi ini adalah biaya pelayanan yang selalu naik. 3) Melengkapi produk yang dijual dengan produk produk perternakan lainnya, kendala dalam penerapan strategi ini adalah banyaknya barang yang tertimbun. Penelitian ini berkontribusi untuk mengetahui strategi pengembangan yang tepat untuk pengembangan Toko Garuda PS.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan ; Usaha Poultry Shop, SWOT

PENDAHULUAN

Manajemen adalah suatu tindakan dimana terdapat pengaturan yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk menciptakan jasa dan produk yang bertujuan untuk menciptakan untuk menghasilkan manfaat dan mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Bisnis ini para eksekutifnya mencakup semua sudut pandang, termasuk manajemen strategis, manajemen marketing dan lain-lain.¹ Sedangkan bisnis syariah yang dijalankan para pengurunya merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh suatu perkumpulan yang pelaksanaannya sesuai dengan arahan Islam.

Sebelum memasuki dunia bisnis, seorang entrepreneur bisnis harus mempunyai pilihan untuk memperoleh pengetahuan yang berguna tentang hal-hal penting sebagai aturan dalam mempertahankan bisnis. Dalam menjalankan bisnis, enterpraneur akan mengalami kendala dan hambatan karena keadaan di lapangan tidak sesuai dengan proses berpikir . Dengan cara ini, seorang entrepreneur bisnis mengutamakan pola pikir yang kokoh sehingga ia dapat bertahan dalam mempertahankan bisnis jika suatu saat ia mengalami kegagalan. Dengan tujuan yang kokoh, seseorang akan lebih yakin dengan hasil yang akan diraihinya, mereka akan merenungkan apa yang akan terjadi. dengan hasil yang terbaik dan mereka tidak akan menyerah dengan sukses dalam menyelesaikan ikhtiar yang dihadapinya.

Namun tidak semua jenis usaha yang telah tumbuh dan menjanjikan di daerah setempat dapat terus meraih kesuksesan dan terus mengalami peningkatan. Oleh karena itu, penting untuk menjalankan prosedur perbaikan bisnis yang layak, sehingga nasib bisnis, perekonomian dapat terpenuhi dan tidak ada kekurangan dan hal ini harus dibarengi dengan pelaksanaan praktik yang sesuai dengan aturan Islam. Tujuan pelaku bisnis dalam menjalankan usahanya adalah untuk menciptakan keuntungan. Selain itu, Anda juga yakin bisnis Anda akan berhasil dalam jangka panjang. Dalam perjalanannya, organisasi harus mencapai kemajuan dalam kerangka bisnisnya.

Islam menyatakan bahwa hal tersebut bukanlah sebuah larangan dengan anggapan bahwa seseorang mempunyai keinginan atau keinginan untuk sukses dalam mempertahankan bisnisnya, namun hal tersebut juga mesti seimbang dengan syariat dan tidak senjang dengan syariat Islam. Penting untuk fokus pada bagaimana dan interaksi kerja akan berdampak pada hasil yang diperoleh. Dalam masalah keuangan Islam, menolak pengutipan manfaat dan

¹Abd. Rahman Rahim dan Muhammad Rusyidi, *Manajemen Bisnis Syariah Muhammad SAW*, Pertama (Makasar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universias Muhammadiyah, 2016), hlm. 11.

bayaran yang didapatkan dari bisnis yang tidak jelas kehalalannya. Seperti sudah disebutkan di al-qur'an surat al-jumu'ah ayat 10 :

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ۝ ۱۰

Artinya: “*Apabila sholat telah dilaksanakan, maka bertebarlah kamu di muka bumi carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyakbanyak agar kamu beruntung*”. (Q.S. al-jumu'ah 10).

Dari uraian di atas, jika dikaitkan dengan Startegi pengembangan, Startegi pengembangan adalah komunikasi yang mencoba membuat atau mencapai target perbaikan, misalnya apa yang secara umum diantisipasi untuk mencapai kemajuan. Terlepas apakah semua yang sudah diatur itu membuahkan hasil, itu atas kehendak Allah SWT.²

Setiap organisasi mesti memakai metodologi dalam mengembangkan bisnisnya. Bukan saja untuk organisasi dalam dengan pasar besar yang memiliki startegi pengembangan, organisasi kecil juga harus diawasi menggunakan manajemen startegis.

Manajemen startegis adalah siklus untuk menentukan arah dan tujuan suatu asosiasi dalam jangka panjang dan memilih teknik untuk mencapainya melalui peningkatan perincian dan pelaksanaan metodologi yang terorganisir dan metodis. Sementara itu, Manajemen startegik syariah merupakan kelanjutan dari proses Kegiatan manajemen Islam yang menggabungkan formulasi, implementasi, dan evaluasi, di mana nilai syariah menjadi alasan penting bagi setiap tindakan. , yang dijabarkan dengan azasa atau pedoman tauhid, seimbang dunia dan akhirat, dan motivasi mardhatillah.³

Salah satu instrument yang ampuh dalam merumuskan strategi adalah analisis SWOT. SWOT merupakan bagian yang berpengaruh baik dari internal perusahaan yaitu strength (kekuatan) dan weaknes (kelemahan) serta eksternal perusahaan yaitu opportunities (peluang) dan threat (ancaman) lingkungan yang dihadapinya. Garuda PS adalah salah satu usaha yang menjual berbagai produk untuk perternakan terutama ayam broiler. Mulai dari bibit ayam, pakan, obat- obatan dan peralatan ternak lainnya. Namun dalam beberapa bulan terakhir terjadi penurunan dan peningkatan volume penjualan yang bisa saja menjadi ancaman untuk usaha tersebut

Selain itu, berdasarkan data yang didapat dari Bapak Eri Nazar selaku pemilik toko, penulis menemukan bahwasanya tidak ada strategi khusus yang digunakan oleh Garuda PS dalam mengembangkan usahanya.

²Ulfa Hidayati,(2018) *Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Perspektif Ekonomi Islam*, Hlm. 10

³Abdul Halim Usman, *Manajemen Strategis Syariah*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2015), 63

Berdasarkan uraian diatas, menjadi dasar peneliti dalam meneliti bagaimana strategi pengembangan usaha poultry shop di Garuda PS serta bagaimana implementasi strategi dan kendala implementasi strategi pengembangan usaha Garuda PS.

KAJIAN PUSTAKA

Strategi adalah jaminan atas tujuan dan sasaran organisasi yang telah ditetapkan, pelaksanaan kegiatan dan penggunaan aset yang diharapkan untuk mencapai tujuan yang dinyatakan. Sementara itu, Natang Fatah dalam bukunya yang berjudul *Manajemen strategis* karya Ahmad mengartikan bahwa metodologi adalah suatu strategi yang metodis untuk melaksanakan maksud-maksud yang berjangkauan jauh dan jangka panjang untuk mencapai tujuan. Strategi juga dapat dicirikan sebagai rencana kegiatan yang membingkai cara mencapai tujuan yang telah ditetapkan.⁴

Manajemen strategi adalah jalannya suatu asosiasi atau organisasi yang menyusun definisi dan pelaksanaan tekniknya. Strategi korporat adalah ide pilihan yang menyoroti hal-hal di luar perusahaan, menekankan bagaimana perusahaan menjalankan bisnisnya untuk mencapai tujuan hierarkisnya. Manajemen Strategik merupakan perkembangan proses pergerakan eksekutif yang mencakup tahapan pemeriksaan: 1) analisis lingkungan organisasi internal dan eksternal, 2) Pembuatan strategi, 3) Penerapan strategi, dan 4) pengendalian dan evaluasi terhadap keputusan keputusan strategis organisasi yang memungkinkan pencapaian tujuannya dimasa depan.⁵ Manajemen Strategik Syariaah adalah rangkaian siklus kegiatan manajemen Islam yang mencakup tahapan definisi, pelaksanaan, penilaian pilihan-pilihan kunci hierarki yang memberdayakan pencapaian tujuan hierarki umum hingga ukhrawi.

Strategi dikelompokkan atas empat kelompok strategi, yaitu:

1. Vertical integration strategy (Strategi integrasi vertikal), Adalah strategi yang menghendaki perusahaan untuk melakukan pengawasan lebih kepada distributor, pemasok, dan/atau para pesaingnya.
2. Intensive strategy (Strategi intensif), adalah strategi yang memerlukan usaha-usaha yang intensif untuk meninggikan letak persaingan perusahaan melewati produk yang ada.
3. Diversification strategy (Strategi diversifikasi), Adalah strategi yang dimaksudkan dengan cara menambah produk-produk baru.

⁴Ahmad, *Manajemen Strategis* (Makassar: Nass Media Pustaka, 2020), 1.

⁵Abdul Halim Usman, *Manajemen Strategis Syari'ah Teori, Konsep, dan Aplikasi*, Zikrul Hakim, Jakarta, 2015. Hlm 51

4. Defensive strategy (Strategi bertahan) , adalah strategi yang ditujukan untuk perusahaan membuat tindakan-tindakan penyelamatan sehingga lepas dari kerugian yang lebih besar.

Strategi pengembangan adalah suatu teknik atau metodologi yang digunakan oleh suatu kelompok atau tempat untuk menangani suatu perubahan yang direncanakan yang memerlukan bantuan semua pihak termasuk pengawas dan perwakilan. Dengan kemajuan-kemajuan tersebut diyakini suatu organisasi dapat menciptakan dan mendorongnya, hal ini memerlukan upaya yang bersifat jangka pendek, menengah dan sesaat. jangka panjang untuk menghadapi perubahan yang akan terjadi mulai saat ini.

Perumusan strategi terdiri dari:

1. Misi, misi organisasi merupakan alasan dan tujuan dibuatnya suatu perusahaan.
2. Tujuan, merupakan produk akhir dari penyusunan latihan. Tujuan mencirikan apa yang ingin dicapai, dan harus diperkirakan kapan pun situasinya memungkinkan.
3. Strategi, adalah suatu rencana pengaturan yang luas mengenai bagaimana organisasi akan mencapai tujuan dan sasaran utamanya.
4. Kebijakan, kebijakan memberikan aturan yang luas pada pengambilan keputusan secara umum.

Pengembangan sebuah usaha memerlukan strategi yang layak. Strategi yang layak adalah Strategi yang mendukung terciptanya kesesuaian ideal antara asosiasi dan keadaannya saat ini dan antara asosiasi dan pencapaian tujuan utamanya.⁶ Dengan menerapkan teknik yang menarik, sebuah yayasan dapat mencapai strategi efektif dalam mencapai tujuannya.

Menurut Amirullah Imam Hardjanto, bisnis adalah suatu kegiatan yang menghasilkan produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan melalui kepercayaan dan proses perdagangan. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa pengembangan suatu usaha sama dengan menciptakan kegiatan, menciptakan barang, menjual, menciptakan pembeli, memperluas keuntungan yang diperoleh, serta menciptakan nilai barang, manfaat barang, dan menyebarkan barang. Sedangkan Karyoto dalam bukunya menyatakan pengembangan usaha adalah kegiatan mengembangkan penjualan, produk, manfaat, distribusi produk dan nilai produk untuk meningkatkan laba.⁷

Pengembangan sebuah usaha memerlukan strategi yang layak. Strategi yang layak adalah Strategi yang mendukung terciptanya kesesuaian ideal antara asosiasi dan keadaannya

⁶Ricky W. Griffin, Manajemen Jilid I, alih bahasa Gina Gania, Ed. Wisnu Chandra Kristiaji, (Jakarta: Erlangga, 2004), 226

⁷Karyoto. Proses Pengembangan Usaha. Purwokerto: Karyoto, 2021.

saat ini dan antara asosiasi dan pencapaian tujuan utamanya. Dengan menerapkan teknik yang menarik, sebuah yayasan dapat mencapai startegu elektif dalam mencapai tujuannya.

Pengembangan usaha adalah berbagai siklus yang bertujuan untuk mengembangkan bisnis yang dianut. Ada beberapa metode pengembangan bisnis yang bisa dimanfaatkan, antara lain:

1. Menumbuhkan skala usaha, strategi umum yang digunakan untuk memperluas skala usaha antara lain: a) Memperluas batasan mesin dan pekerjaan serta penambahan modal untuk spekulasi. b) Meningkatkan jenis tenaga kerja dan produk yang dikirimkan. c) Menambah area bisnis di tempat lain.
2. Perluasan cakupan usaha, dilakukan dengan menumbuhkan jenis usaha baru di wilayah usaha baru, serta jenis barang baru dan pergeseran.
3. Pembangunan melalui kolaborasi, konsolidasi dan perluasan baru. Macam-macam organisasi yang demikian, khususnya: a) Usaha bersama, b) Konsolidasi, c) Organisasi induk/pengamanan, d) Organisasi, e) Kartel

Dalam Islam, setiap orang harus berusaha mengubah dirinya sepenuhnya untuk memperbaiki keadaan. Sikap apatis dalam Islam sama sekali tidak diperbolehkan. Dalam mengubah wujud yang ada pada diri sendiri sehingga membuat lebih unggul melalui usaha yang digarap, terkonsentrasi pada surah Ar-Rad 11:

لَهُ مُعَقِّبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمَنْ خَلْفَهُ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُعَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُعَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ ۗ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ ۗ وَمَا لَهُمْ مِنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ ۝ ۱۱

Artinya: “baginya (manusia) ada malaikat-malaikat yang selalu menjaganya bergiliran, dari depan dan belakangnya. Mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya dan tidak ada pelindung bagi mereka selain dia”(Q.S. Ar Rad : 11)

Setiap orang harus mempunyai keputusan untuk tetap bekerja agar kehidupannya menjadi lebih baik, demikian pula dalam dunia usaha harus ada kemajuan sehingga setiap usaha yang diusahakan dapat berjalan berdasarkan asumsi dan mendobrak hambatan-hambatan yang ada..

Pengembnagan bisnis dalam kerangka moneter syariah berfokus pada keadilan dan keadilan keuangan, serta kebutuhan yang mungkin timbul. Maksudnya adalah kerangka moneter syariah yang inklusif dan mantap dengan memperhatikan perkembangan masyarakat,

landasan negara Pancasila, serta metodologi perbaikan yang wajar yang telah ditempuh, serta tujuan perbaikan yang dapat didukung.

Nabi Muhammad SAW telah memberikan panduan kepada kaumnya dalam hal bisnis syariah. Sebelum memulai bisnis, pengusaha harus merencanakan, memutuskan, dan melaksanakan prosedur bisnisnya terlebih dahulu. Startegi berbisnis ini mencakup lima Startegi utama, yaitu amanah, kesungguhan, keterampilan luar biasa, persahabatan, tujuan surgawi dan cinta, serta membayar zakat, infaq dan sadaqoh.⁸

1. Jujur, sikap yang adil dan jujur membuat pembeli/klien percaya. Kepercayaan akan melahirkan loyalitas pembeli. Jika pelanggan setia dengan produk yang perusahaan tawarkan, keuntungan akan terus mengalir.
2. Ikhlas , sikap yang sungguh-sungguh akan membentuk karakter seorang entrepreneur yang tidak lagi memandang keuntungan materi sebagai tujuan pokok, namun juga memikirkan keuntungan non-materi (mendapatkan ridho Allah SWT)
3. Profesional , keterampilan luar biasa yang didukung oleh sikap yang tulus dan benar adalah dua sisi yang umumnya berharga. Nabi Muhammad SAW memberikan teladan bahwa individu yang Profesional mempunyai sikap yang senantiasa berusaha jujur dalam menjalankan suatu hal atau dalam menghadapi suatu permasalahan. Usahakan untuk tidak pasrah atau pasrah dengan baik bahkan menjauhi perjudian.
4. Silaturahmi, silaturahmi merupakan sebuah perancah yang mempertemukan para pelaku bisnis dengan semua manusia, lingkungannya dan penciptanya. Silaturahmi adalah alasan untuk membangun hubungan yang baik dengan klien dan pendukung keuangan, serta dengan calon klien (pasar masa depan), dan bahkan dengan pesaing.
5. Niat suci dan Ibadah, Islam menggarisbawahi bahwa kehadiran manusia di dunia ini adalah komitmen diri terhadap Allah SWT.
6. Membayar zakat, infaq dan sadaqoh, membayar zakat, infaq dan sadaqoh hendaknya diubah menjadi budaya bisnis syariah. Sesuai hikmah Islam, sumber daya yang digunakan untuk membayar zakat, infaq, dan shadaqoh tidak akan hilang, akan diusahakan dijadikan dana cadangan kita yang akan digandakan oleh Allah di dunia dan akhirat, sehingga mengobati bisnis.

⁸Ma'ruf Abdullah, Wirausaha Berbasis Syari'ah, Banjarmasin: Penerbit Antasari Perss, 2011, h. 40.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yaitu suatu analisis data yang bersifat penjelasan dan informasi data yang dikaitkan dengan teori-teori dan konsep yang akan dibahas dalam penelitian kualitatif dan memberikan kesimpulan. Adapun dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian di Toko Garuda PS Kota Payakumbuh. Selain dengan pendekatan deskriptif kualitatif penulis juga menggunakan Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat). Analisis SWOT dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui metode strategi pengembangan dengan cara menganalisis faktor eksternal berupa peluang dan ancaman serta faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dokumentasi dan penelitian kepustakaan. Jenis data dan sumber data yang digunakan di penelitian ini adalah data primer dan sekunder dari wawancara, jurnal, buku, dan internet. Teknik dalam analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, display data, dan analisis SWOT.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Pengembangan Usaha Garuda PS

Karyoto dalam bukunya yang berjudul proses pengembangan usaha menjelaskan dalam bisnis sama dengan menciptakan latihan, menciptakan barang, menjual, menciptakan pelanggan, memperluas manfaat yang diperoleh, serta menciptakan nilai barang, manfaat barang dan menyebarkan barang.⁹

Opan Arifudin dalam bukunya juga menjelaskan bahwa Manajemen strategis adalah ilmu dalam mengejar pilihan yang dibuat oleh pemimpin puncak dan dilaksanakan oleh semua tingkatan dalam asosiasi untuk mencapai tujuan. Hal ini akan membentuk suatu sistem yang menentukan arah dan tahapan selanjutnya yang akan digunakan untuk kemajuan organisasi. Oleh karena itu, penalaran yang serius dan cakap diharapkan dapat menumbuhkan strategi.¹⁰

Manajemen strategik yaitu siklus proses manajemen yang mencakup tahapan: 1) Analisis lingkungan internal dan eksternal, 2) Pembuatan startegi, 3) penerapan startegi, dan 4) pengendalian dan penilaian pilihan-pilihan penting yang berwenang yang memberdayakan pencapaian tujuan masa depan¹¹

⁹ Karyoto .2021. *Proses Pengembangan Usaha*. Purwokerto; Karyoto. Hlm. 1

¹⁰ Arifudin, Opan, Rahman Tanjung, Yayan Sofyan. 2020. *Manajemen Strategik Teori Dan Implementasi*. Jawa Tengah:Cv. Pena Persada. Hlm 8

¹¹ Abdul Halim Usman, Manajemen Strategis Syari'ah: Teori, Konsep, dan Aplikasi, Zikrul Hakim, Jakarta, 2015. Hlm51

Analisis SWOT dalam pengembangan usaha Garuda Poultry Shop

Analisis Lingkungan Organisasi

a. Strength (Kekuatan)

Kekuatan merupakan suatu kondisi yang kokoh atau berlaku dalam suatu organisasi. Komponen ini merupakan manfaat dalam organisasi sebenarnya karena dapat memberikan nilai tambah atau manfaat relatif bagi organisasi. Nilai tambah ini harus terlihat jika suatu perusahaan lebih baik dari perusahaan lain dan dapat memenuhi mitra.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Eri selaku pemilik, karyawan Garuda PS dan pelanggan menjelaskan bahwa toko Garuda PS mempunyai kekuatan yaitu Kepemilikan usaha pribadi dan sudah terdaftar izin usahanya . Dengan memiliki bisnis sendiri, kita mempunyai peluang terbaik untuk berinovasi dengan pemikiran untuk bekerja yang praktis tanpa batasan. Terlebih lagi, bagi para pebisnis yang memiliki unsur-unsur bisnis atau organisasi perseorangan, memiliki bisnis yang sah tentunya akan memberikan keuntungan yang berbeda-beda, termasuk mempermudah pengembangan bisnisnya¹²

Selain itu di toko Garuda PS juga mempunyai kekuatan lain yaitu Pelayanan yang bagus. Garuda PS sudah mempunyai beberapa pelanggan tetap, hal ini dikarenakan pelayanan memuaskan yang diberikan Garuda PS. Dalam penelitiannya Masayu Endang Apriyanti menjelaskan bahwas pelayanan terbaik akan menjalin hubungan jangka panjang dengan klien yang mengalaminya, dan tentunya akan mempengaruhi pilihan klien untuk membeli suatu barang tertentu dan kemudian tetap teguh atau menjauhi pembelian barang/administrasi tertentu pada acara yang akan datang..¹³

Produk yang selalu terjaga kualitasnya juga menjadi salah satu kekuatan Garuda PS. Kualitas produk adalah hal yang sangat penting dan harus diperhatikan seorang entrepreneur. Maria Sugiat dan Wafda Qinthara Konjala dalam penelitiannya juga menunjukkan bahwa kualitas produk dinilai sangat penting bagi konsumen. sehingga

¹²Arifudin, Opan, Rahman Tanjung, Yayan Sofyan. (2020). Manajemen Strategik Teori Dan Implementasi. Jawa Tengah. Cv. Pena Persada. Hlm 8

¹³ Apriyanti, M.E. 2020. *Pelayanan Terbaik Bagi Pelanggan Berperan Mempertahankan Kontinuitas Perusahaan*. Volume 12, No. 1.

kualitas produk dan loyalitas konsumen yang tinggi dapat berpengaruh terhadap pengembangan usaha.¹⁴

Kelebihan lain dari Toko Garuda PS adalah barang yang dijualnya lebih lengkap jika dibandingkan dengan toko lain. Soal peralatan, dalam bukunya Siti Nur Aidah memberikan pengertian bahwa menjalankan usaha pakan ternak bukan sekedar memberikan pakan hewan, namun juga menyediakan perangkat keras untuk kebutuhan hewan. Karena persediaan toko dan ini, pelanggan lebih cenderung mengunjungi toko berikutnya.¹⁵

b. Weakness (Kelemahan)

Weakness, yaitu keadaan atau kondisi yang menjadi kekurangan suatu perkumpulan atau organisasi saat ini. Ini adalah pendekatan untuk menghilangkan kekurangan dalam suatu organisasi yang merupakan hambatan signifikan bagi kemajuan suatu organisasi.¹⁶

Menurut hasil wawancara bersama Bapak Eri selaku pemilik, karyawan Garuda PS dan pelanggan menjelaskan bahwa toko Garuda PS mempunyai beberapa kelemahan yaitu : lemahnya dalam hal promosi produk. Sagita Widyawati dalam penelitiannya menjelaskan bahwa Promosi adalah suatu yang dilakukan suatu organisasi untuk mengenalkan atau memberikan data orang-orang pada umumnya dan kliennya. Interaksi ini penting karena kemajuan dapat memberikan data yang dapat dipahami secara langsung oleh pembeli dan pada akhirnya sistem pembelian.

Selain dalam hal promosi Garuda PS juga mempunyai kekurangan, yakni biaya. Biaya adalah berapa banyak uang yang harus dikeluarkan dari konsumen untuk mendapatkan barang yang ideal. Dalam menetapkan biaya, Garuda PS memberikan biaya serupa dengan toko lain.

Kelemahan lain yang dimiliki oleh Garuda PS adalah tidak adanya strategi khusus dalam menjalankan usahanya. Padahal strategi pengembangan usaha merupakan suatu cara yang dapat menggerakkan otak, tenaga dan raga untuk membina usaha, meningkatkan kualitas dan jumlah kreasi, serta meningkatkan peluang kerja yang bernilai saat ini dan masa depan.¹⁷

¹⁴ Sugiati, Maria, Wafda Qinthara Konjala.(2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Pengembangan Usaha Sejiwa Coffee Bandung. *Journal Ekonomi dan Bisnis*. Hlm 48

¹⁵ Siti Nur Aidah, Jadi Jutawan Dengan Berbisnis Ternak,Hlm. 2.

¹⁶ Yuliar Diyanti, Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Usaha Tahu Di Desa Hajoran Kecamatan Sungai Kanan Kabupaten Labuhan Batu Selatan, (Pinang : Skripsi tidak diterbitkan, 2018), hal. 15-16.

¹⁷ John A.Pearce II, Manajemen strategik, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 7

c. Opportunity (Peluang)

Opportunity yaitu analisis peluang, situasi atau kondisi yang merupakan peluang di luar suatu perusahaan dan memberikan peluang bagi perkembangan perusahaan di masa yang akan datang. Cara ini merupakan suatu cara untuk mencari peluang atau terobosan yang memungkinkan suatu perusahaan dapat berkembang di masa depan.¹⁸

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Eri selaku pemilik, karyawan Garuda PS dan pelanggan menjelaskan bahwa Di Garuda PS sendiri sudah memiliki beberapa peluang yang ada terbukti karena Garuda PS akan mampu dan akan berusaha lebih mudah dalam kegiatannya. Salah satu keunggulan yang dimiliki Garuda PS adalah memiliki Lokasi yang startegis untuk menunjang bisnisnya dan memiliki banyak pelanggan di sekitarnya. Lokasi juga bisa menjadi pertimbangan dalam mengambil pilihan pembelian. Pembeli sangat percaya pada kawasan yang tepat, misalnya mudah dijangkau, kawasan utama, transportasi sederhana, dan dekat jalan utama, sehingga kawasan tersebut akan menjunjung unsur-unsur yang berbeda.¹⁹

Selain Itu peluang lainnya yang dimiliki oleh Garuda PS adalah pelanggan tetap karena toko Garuda Poultry Shop bisa memenuhi kebutuhan dari pelanggannya yang akhirnya menumbuhkan kepercayaan dari pelanggannya.

d. Threat (Ancaman)

Dalam buku Teknik Analisis SWOT Fajar Nur'aini D.F mengungkapkan ancaman yaitu keadaan luar suatu perusahaan yang mengganggu jalannya suatu perusahaan. ancaman ini biasanya sangat tidak menguntungkan bagi organisasi. Jika tidak diatasi, ini akan menimbulkan dampak ketergantungan yang pada akhirnya menghambat pencapaian visi dan misi organisasi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Eri selaku pemilik, karyawan Garuda PS dan pelanggan menjelaskan bahwa Toko Garuda PS mempunyai beberapa ancaman yang sedang dihadapi. Munculnya toko pakan ternak baru merupakan ancaman yang harus diwaspadai. Selain itu, lemahnya keunggulan reproduksi dalam beternak hewan peliharaan juga menjadi ancaman bagi Garuda PS. Persaingan bisnis semakin ketat sehingga menimbulkan banyak hasil dalam persaingan perusahaan.

¹⁸ Yuliar Diyanti, Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Usaha Tahu Di Desa Hajoran Kecamatan Sungai Kanan Kabupaten Labuhan Batu Selatan, (Pinang : Skripsi tidak diterbitkan, 2018), hal. 15-16.

¹⁹ Puspitaningrum, Yuni, Aji Damanuri. (2022). Analisis Lokasi Usaha Dalam Meningkatkan Keberhasilan Bisnis Pada Grosir Berkah Doho Dolopo Madiun. Niqosiya: Journal of Economics and Business Research Vol. 2 No. 2, Juni-Desember

Enterpreneur diharapkan untuk lebih mengembangkan kekuatan mereka secara gih. Enterpreneur harus mempunyai pilihan untuk mengubah diri mereka dengan cepat agar menjadi lebih bumi dan siap menjawab kebutuhan pasar.

Tabel 1. Rangkuman Analisis SWOT Toko Garuda PS

Kekuatan (Strenght) 1. Kepemilikan usaha pribadi 2. Sudah terdaftar izin usaha 3. Pelayanannya bagus 4. Memiliki produk yang terjaga kualitasnya 5. Memilki produk yang lengkap	Peluang (Opportunity) 1. Lokasi usaha yang startegis, banyak peternak di wilayah tersebut 2. Banyak pelanggan tetap 3. Bisa memenuhi kebutuhan konsumen, hingga dapat kepercayaan konsumen
Kelemahan (Weakness) 1. Lemahnya promosi yang dilakukan 2. Harga yang ditawarkan sama dengan toko lain 3. Kurang maksimal dalam penataan startegi	Ancaman (Threats) 1. Munculnya pesaing baru di sector yang sama. 2. Menurunnya minat peternak untuk berternak.

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Tabel 2. Kriteria Pembobotan

0,20	Sangat Penting
0,15	Penting
0,10	Standar
0,05	Tidak Penting

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Tabel 3. Pembobotan Faktor SWOT Toko Garuda PS

Faktor Dalam Analisis SWOT Toko Garuda PS	Bobot
Kekuatan (Strenght)	
1. Kepemilikan usaha pribadi	0,05
2. Sudah terdaftar izin usaha	0,15
3. Pelayanannya bagus	0,10
4. Memilki produk yang terjaga kualitasnya	0,15
5. Memilki produk yang lengkap	0,15
Sub total	0,60
Kelemahan (Weakness)	
1. Lemahnya promosi yang dilakukan	0,15
2. Harga yang ditawarkan sama dengan toko lain	0,15
3. Kurang maksimal dalam penataan startegi	0,10
Sub Total	0,40

Total	1,0
Peluang (Opportunity)	
1. Lokasi usaha yang startegis, banyak peternak di wilayah tersebut	0,20
2. Banyak pelanggan tetap	0,20
3. Bisa memenuhi kebutuhan konsumen, hingga dapat kepercayaan konsumen	0,20
Sub Total	0,60
Ancaman (Threats)	
1. Munculnya pesaing baru di sector yang sama.	0,20
2. Menurunnya minat peternak untuk berternak.	0,20
Sub Total	0,40
Total	1,0

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Tabel 4. Matriks IFAS Toko Garuda PS

Faktor Strategi Internal Toko Garuda PS	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan (Strenght)			
1. Kepemilikan usaha pribadi	0,05	1	0,05
2. Sudah terdaftar surat izin usaha	0,15	3	0,45
3. Pelayanannya bagus	0,10	2	0,20
4. Memiliki produk yang terjaga kualitasnya	0,15	3	0,45
5. Memiliki produk yang lengkap	0,15	3	0,45
Sub Total	0,60		1,60
Kelemahan (Weakness)			
1. Lemahnya promosi yang dilakukan	0,15	3	0,45
2. Harga yang ditawarkan sama dengan toko lain	0,15	3	0,45
3. Kurang maksimal dalam penataan startegi	0,10	2	0,20
Sub Total	0,40		1,10
Total	1,00		2,70

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Berdasarkan tabel 4 dijelaskan variabel internal Strenght atau kekuatan mempunyai total skor 1,60 dan total skor weakness atau kelemahan adalah 1,10. Sehingga total skor variabel internal adalah 2,70.

Tabel 5. Matriks EFAS Toko Garuda PS

Faktor Strategi Eksternal Toko GarudaPS	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Peluang (Opportunity)			
1. Lokasi usaha yang startegis, banyak peternak di wilayah tersebut	0,20	4	0,80
2. Banyak pelanggan tetap	0,20	4	0,80
3. Bisa memenuhi kebutuhan konsumen, hingga dapat kepercayaan konsumen	0,20	4	0,80
Sub Total	0.60		2,40
Ancaman (Threats)			
1. Munculnya pesaing baru di sektor yang sama.	0,20	1	0,20
2. Menurunnya minat peternak untuk berternak.	0,20	1	0,20
Sub Total	0,40		0,40
Total	1,00		2,80

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

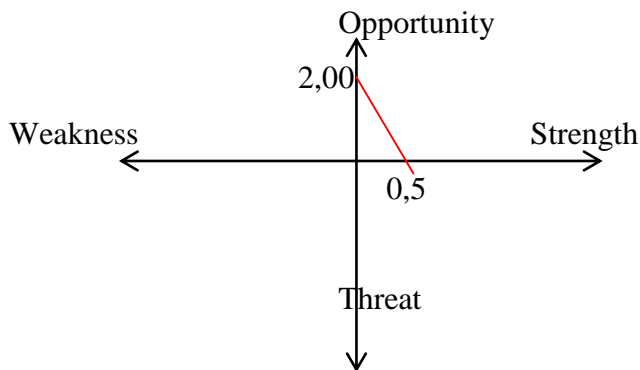
Berdasarkan tabel 5. diketahui variabel Eksternal Opportunity atau peluang mempunyai jumlah skor 2,4 dan jumlah skor Threat adalah 0,4. jadi jumlah total skor variable external yaitu 2,8

Tabel 6. Posisi Toko Garuda PS

IFAS		EFAS	
Kekuatan (Strenght)	1,60	Peluang (Opportunity)	2,40
Kelemahan (Weakness)	1,10	Ancaman (Threat)	0,40
Hasil	0,50	Hasil	2,00

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Dari tabel 4. diatas dapat dijelaskan maka analisis faktor EFAS lebih kecil dari analisis faktor IFAS. Analisis faktor IFAS sebesar 0,50 dan faktor EFAS sebesar 2,00.



Gambar 1. Diagram Kuadran SWOT Toko Garuda PS

Berdasarkan gambar 1 dapat diketahui bahwa toko Garuda PS teletak di kuadran I. Kuadran yaitu keadaan yang berdampak positif dan menguntungkan bagi sebuah usaha karena adanya peluang dan kekuatan dalam usaha tersebut, Strategi yang harus diterapkan pada posisi ini adalah strategi agresif. Karena strategi ini adalah strategi mendukung perusahaan untuk terus memaksimalkan kekuatan serta peluang yang ada untuk terus maju sehingga meraih kesuksesan yang lebih besar.

Matrik SWOT pada Toko Garuda PS

Tabel 7. Matrik SWOT Toko Garuda PS

IFAS EFAS	<p style="text-align: center;">Strength (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kepemilikan usaha pribadi 2. Terdaftar izin usaha 3. Pelayanannyabagus 4. Memilki produk yang terjaga kualitasnya 5. Memilki produk yang lengkap 	<p style="text-align: center;">Weakness (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lemahnya promosi yang dilakukan 2. Harga yang ditawarkan sama dengan toko lain 3. Kurang maksimal dalam penataan strategi
<p style="text-align: center;">Opportunity (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi usaha yang strategis, banyak peternak di wilayah tersebut 2. Banyak pelanggan tetap 3. Bisa memenuhi kebutuhan konsumen, hingga dapat kepercayaan konsumen 	<p style="text-align: center;">Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan pelayanan yang bagus, seperti pengiriman produk sehingga akan menignkatakan loyalitas konsumen 2. Mempertahankan kualitas produk yang teruji dan berkualitas tinggi sehingga jumlah pelanggan tetap akan bertambah. 3. Melengkapi produk yang dijual dengan produk produk perternakan 	<p style="text-align: center;">Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan promosi melalui media social dan membuat konten konten menarik. 2. Memberikan promo promo menarik kepada pelanggan terutama pelanggan tetap. 3. Mulai membuat strategi khusus dan jelas untuk pengembangan usaha.

	lainnya. Sehingga bisa memenuhi kebutuhan konsumen	
<p>Threat (T)</p> <p>1. Munculnya pesaing baru di sector yang sama.</p> <p>2. Menurunnya minat peternak untuk berternak.</p>	<p>Strategi ST</p> <p>1. Meningkatkan pelayanan kepada konsumen sehingga konsumen tidak berpaling ke toko lain atau menonjolkan kelebihan toko.</p> <p>2. Menjual produk peternakan lain selain produk peternakan ayam, sehingga peternak dapat mencoba hal baru.</p>	<p>Strategi WT</p> <p>1. Membuat promosi yang menarik dan mengikuti perkembangan zaman.</p> <p>2. Menyesuaikan harga produk dengan pesaing. Tidak meletakkan harga yang lebih tinggi dari pesaing</p> <p>3. Menentukan strategi yang tepat dan jelas</p>

Sumber: Hasil Penelitian, 2023

Berdasarkan kajian di atas menunjukkan bahwa kinerja perusahaan bisa dijelaskan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kombinasi kedua variabel tersebut dituangkan dalam Matriks SWOT dan menghasilkan strategi pengembangan usaha di toko Garuda PS. Strategi pengembangan usaha yang bisa dilakukan di Toko Garuda PS adalah :

a. Strategi SO (Strength - Opportunity)

Strategi SO ini adalah gabungan dari faktor internal yaitu Strength dan faktor eksternal Opportunity, strategi ini berdasarkan pemikiran dengan memanfaatkan seluruh kekuatan yang ada pada perusahaan dengan memanfaatkan peluang yang ada. Strategi SO yang dapat digunakan oleh Garuda PS yaitu:

- 1) Mempertahankan pelayanan yang bagus, seperti pengiriman produk sehingga akan meningkatkan loyalitas konsumen. Dengan mempertahankan pelayanan Garuda PS diharapkan bisa menjadi salah satu keunggulan yang tentu saja akan meningkatkan loyalitas konsumen di Garuda PS
- 2) Mempertahankan kualitas produk yang teruji dan berkualitas tinggi sehingga jumlah pelanggan tetap akan bertambah. Kualitas produk yang terjaga dan

berkualitas tinggi dapat meningkatkan minat pelanggan untuk membeli produk di toko Garuda PS

- 3) Melengkapi produk yang dijual dengan produk-produk peternakan lainnya. Sehingga bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

b. Strategi ST (Strength – Threat)

Strategi ST ini adalah gabungan dari faktor internal sebuah perusahaan yaitu Strength (Kekuatan) dan faktor eksternal berupa ancaman (Threat), strategi ini memakai kekuatan yang ada di perusahaan untuk melawan segala ancaman dari luar perusahaan.

Strategi ST yang bisa dipakai di Toko Garuda PS adalah:

- 1) Meningkatkan pelayanan kepada konsumen sehingga konsumen tidak berpaling ke toko lain atau menonjolkan kelebihan toko.
- 2) Menjual produk peternakan lain selain produk peternakan ayam, sehingga peternak dapat mencoba hal baru. Kurangnya minat pada peternakan ayam oleh beberapa peternak bisa menjadi ancaman jadi menyediakan produk peternakan lain akan membantu peternak dalam mencoba hal baru dan menguntungkan.

c. Strategi WO (Weakness – Opportunity)

Strategi ini merupakan gabungan dari faktor internal (Weakness) dan faktor eksternal (Opportunity), strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara mengurangi kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan. Strategi WO yang ditempuh Garuda PS yaitu:

- 1) Meningkatkan promosi melalui media sosial dan membuat konten-konten menarik. Media sosial merupakan salah satu tempat promosi yang sangat menguntungkan saat ini, dengan memanfaatkan media sosial dapat mengenalkan toko dan dapat memperluas jangkauan pasar. Promosi bisa dilakukan melalui media sosial Tiktok atau dengan mengiklankan toko di Akun Instagram wilayah seperti @Sudut Payakumbuh.
- 2) Memberikan promo-promo menarik kepada pelanggan terutama pelanggan tetap. Dengan memberikan promo akan meningkatkan keinginan pelanggan untuk berbelanja di toko Garuda PS
- 3) Mulai membuat strategi khusus dan jelas untuk pengembangan usaha kedepannya. Sehingga dapat meningkatkan penjualan dan omset.

d. Strategi WT (Weakness – Threat)

Strategi WT ini adalah gabungan dari faktor internal perusahaan dan faktor eksternal perusahaan, strategi WT dibuat berdasarkan pada kegiatan yang sifatnya defensif dan

berusaha menyingkirkan kemungkinan adanya ancaman dari luar untuk mengurangi kelemahan yang ada pada perusahaan. Strategi WT yang bisa dilakukan oleh Toko Garuda PS yaitu:

- 1) Membuat Promosi yang menarik dan tetap memperhatikan kejadian terkini atau seaneh yang sedang viral . Apa yang masih belum jelas dibuat lebih menarik dengan tujuan meningkatkan tingkat daya beli, serah akan memperluas porsi industri secara keseluruhan.
- 2) Mengubah harga barang dengan pesaing. Usahakan untuk tidak menetapkan biaya lebih tinggi dari pesaing. Oleh karena itu, biaya sangat menarik dalam pilihan pembelian oleh pelanggan. Saat menentukan nilainya, toko tersebut tidak boleh lebih tinggi dari pesaing karena klien dapat pindah jika mereka menemukan toko dengan biaya yang lebih murah.
- 3) Memutuskan strategi yang tepat dan jelas agar tetap pada jalurnya.

Selanjutnya menurut Gambar 1. telah diketahui posisi kuadran pada Garuda PS melalui matriks SWOT dan analisis EFAS serta IFAS, diketahui titik potong yang didapatkan menunjukkan bahwa Toko Garuda PS berada pada kuadran 1 yaitu posisi growth atau pertumbuhan. Pada tahap-tahap agresif strategi ini akan mendukung, untuk mengembangkan semua aspek di organisasi karena akan membawa keuntungan yang maksimum apabila membuat strategi yang tepat. Contohnya dengan mempertahankan pelayanan yang bagus, seperti pengiriman produk sehingga akan meningkatkan loyalitas konsumen. Selanjutnya mempertahankan kualitas produk yang teruji dan berkualitas tinggi sehingga jumlah pelanggan tetap akan bertambah. Dan yang terakhir dengan melengkapi produk yang dijual dengan produk produk peternakan lainnya. Sehingga bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

2. Implementasi Strategi Pengembangan dan Kendala dalam Penerapan Strategi Pengembangan

- a. Mempertahankan kualitas produk dengan kualitas terjaga.

Dalam hal ini Toko Garuda PS selalu menjaga kualitas produknya dengan cara memperhatikan produk yang akan dijual kepada pelanggan. Untuk menjaga kualitas produk perlu dilakukan pengecekan terhadap produk yang baru datang dan mengkonfirmasi produk yang cacat atau tidak berkualitas kepada pabrik sumber. Sehingga produk dengan kualitas yang tidak bagus dan tidak teruji tidak akan sampai ke tangan pelanggan.

Kendala dalam penerapan implementasi ini adalah Pengecekan produk hanya dilakukan secara manual oleh karyawan saja sehingga kemungkinan ada produk yang berkualitas kurang baik tidak tersortir dengan baik.

b. Mempertahankan pelayanan yang bagus

Selama ini toko Garuda PS selalu berfokus pada dukungan besar dari kliennya. Oleh karena itu, memberikan pelayanan besar kepada konsumen adalah hal yang penting. Pelayanan baik dapat membangun loyalitas pembeli terhadap suatu toko. Pelayanan di Garuda PS sendiri adalah Layanan antar produk yang dipesan oleh pelanggan ke lokasi yang dituju, layanan informasi kepada pelanggan yang membutuhkan, dan memberikan pelayanan yang baik ketika pelanggan langsung di toko maupun layanan tidak langsung.

Kendala dalam strategi ini adalah biaya pelayanan yang selalu naik, contohnya biaya transportasi dalam mengantarkan barang pesanan.

c. Melengkapi produk yang dijual dengan produk produk perternakan lainnya.

kelengkapan dari suatu barang di toko adalah sesuatu yang harus diperhatikan karena melengkapi barang yang dijual dengan barang terkait lainnya, terus memperbarui barang baru, dan memuat makanan atau produk baru akan semakin menarik perhatian klien, dengan cara ini menghasilkan lebih banyak klien dan menghasilkan bisnis. meningkat dan berkembang secara bertahap.

Kendala dalam penerapan strategi ini adalah banyaknya barang yang tertimbun apabila produk tidak langsung terjual. Sehingga banyak modal yang tertimbun di produk produk tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan di Toko Garuda Poultry Shop, penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut. Berdasarkan matriks EFAS & IFAS maka analisis faktor EFAS lebih kecil dibandingkan analisis faktor IFAS. Analisis faktor IFAS sebesar 0,50 sedangkan faktor EFAS sebesar 2,00. Hal ini menunjukkan toko Garuda PS teletak di kuadran I . Kuadran I menunjukkan keadaan yang ebrdampak positif yang menguntungkan karena perusahaan mempunyai peluang dan kekuatan, pada posisi ini yang harus diterapkan adalah strategi agresif.

Dari hasil analisis matriks SWOT menunjukkan strategi yang tepat untuk Toko Garuda PS adalah straetgi SO. Adapaun strategi SO yaitu, Mempertahankan pelayanan yang bagus, sehingga akan meningkatkan loyalitas konsumen. Dengan mempertahankan pelayanan

Garuda PS, mempertahankan kualitas produk yang teruji dan berkualitas tinggi sehingga jumlah pelanggan tetap akan bertambah, dan yang terakhir adalah melengkapi produk yang dijual dengan produk-produk peternakan lainnya.

Implementasi dan kendala dalam penerapan strategi pengembangan diatas adalah yang pertama, Untuk menjaga kualitas produk perlu dilakukan pengecekan terhadap produk yang baru datang dan mengkonfirmasi produk yang cacat atau tidak berkualitas kepada pabrik sumber. Kendala dalam penerapan implementasi ini adalah Pengecekan produk hanya dilakukan secara manual oleh karyawan. Kedua, implementasi dalam strategi mempertahankan pelayanan adalah memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan baik kepada semua pelanggan baik yang langsung datang di toko maupun tidak langsung ke toko. Kendala dalam strategi ini adalah biaya pelayanan yang selalu naik. Ketiga, dalam melengkapi produk yang dijual dengan produk-produk peternakan lainnya haruslah memperbarui barang yang baru, dan memuat pakan atau produk baru. Kendala dalam penerapan strategi ini adalah banyaknya barang yang tertimbun apabila produk tidak langsung terjual.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Abdullah. M. Ma'ruf . 2011. Wirausaha Berbasis Syariah. Banjarmasin: Antasari Press.
- Ahmad. 2020. Manajemen Strategis. Makassar: Nass Media Pustaka.
- Arifudin, Opan dkk. 2020. Manajemen Strategik Teori Dan Implementasi. Jawa Tengah: CV. Pena Persada
- Brian R. Ford, Jay M. Bornstein dan Patrick T. Pruitt. 2008. The Ernst & Young Business Plan. penerjemah Irma Andriani. Jakarta: PT Cahaya Insani Suci,
- Rahim, Abd Rahman dan Muhammad Rusydi. 2016. Manajemen Bisnis Syariah Muhammad SAW. Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar
- Usman, Abdul Halim. 2015. Manajemen Strategis Syari'ah: Teori, Konsep, dan Aplikasi,. Jakarta ; Zikrul Hakim
- Mudrajad, Kuncoro. 2005. Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif. Jakarta : Erlangga.
- Ricky W. Griffin. 2004. Manajemen Jilid I, alih bahasa Gina Gania, Ed. Wisnu Chandra Kristiaji, Jakarta: Erlangga.
- Karyoto. 2021. Proses Pengembangan Usaha. Purwokerto: Karyoto.
- A.Pearce, John II, Richard B.Robinson, Jr. 2014. Manajemen strategi. Jakarta: Salemba Empat.

Jurnal:

- Apriyanti, Masayu Endang. 2020. Pelayanan Terbaik Bagi Pelanggan Berperan Mempertahankan Kontinuitas Perusahaan. Volume 12, No. 1.
- Ulfa Hidayati, 2018. “Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Perspektif Ekonomi Islam”,.
- Sugiat, Maria, Wafda Qinthara Konjala. 2021. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Pengembangan Usaha Sejiwa Coffee Bandung. Journal Of Economics And Business UBS e-ISSN: 2774-7042 p-ISSN: 2302-8025 Vol. 11 No. 1 .
- Diyanti, Yuliar.2018. Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Usaha Tahu Di Desa Hajoran Kecamatan Sungai Kanan Kabupaten Labuhan Batu Selatan, Pinang.
- Puspitaningrum, dkk. 2022. Analisis Lokasi Usaha Dalam Meningkatkan Keberhasilan Bisnis Pada Grosir Berkah Doho Dolopo Madiun. Niqosiya: Journal of Economics and Business Research Vol. 2 No. 2, Juni-Desember.
- Hutauruk, F. N. (2020). Ukuran Perusahaan sebagai Pemoderasi dalam Hubungan Profitabilitas dan Likuiditas terhadap Struktur Modal Bank Umum Syariah. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 4(2), 136. <https://doi.org/10.30983/es.v4i2.3633>
- Puteri, H. E., Parsaulian, B., & Azman, H. A. (2022). Potential demand for Islamic banking: examining the Islamic consumer behavior as driving factor. *International Journal of Social Economics*, 49(7), 1071–1085. <https://doi.org/10.1108/IJSE-10-2021-0614>