

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS USAHA MIKRO KECIL DAN
MENEGAH MENENGAH BAITUL AQIQAH DI BALIKPAPAN**



POLITEKNIK NEGERI BALI

Disusun Oleh :

Nama : Yuwono wibowo

Nim : 1915644220

PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN AKUNTANSI MANAJERIAL

JURUSAN AKUNTANSI

POLITEKNIK NEGERI BALI

2023

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS USAHA MIKRO KECIL DAN MENEGAH MENENGAH BAITUL AQIQAH DI BALIKPAPAN

Yuwono Wibowo

1915644220

(Program Studi Sarjana Terapan Akuntansi Manajerial, Politeknik Negeri Bali)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan usaha Baitul Aqiqah dan juga untuk mengetahui solusi dalam menagulangi kelemahan serta memanfaatkan peluang. Dalam penelitian ini, Teknik Analisa data yang mengacu kepada strategi yaitu menggunakan Teknik analisis SWOT dengan metode pendekatan kualitatif. Hal ini bertujuan untuk memaksimalkan strengths (kekuatan) dan opportunities (peluang), dan juga dapat meminimalkan weakness (kelemahan) dan threats (ancaman). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kekuatan utama ialah kekuatan dan peluang. Kekuatan (keterampilan, produk yang baik, manajemen keuangan yang baik) dan kelamahan (kurangnya sumber daya, tingginya harga produk, sulitnya mencari bahan baku yang berkualitas) faktor eksternal yang mempengaruhi strategi bisnis usaha Baitul Aqiqah adalah peluang dan ancaman. Peluang (banyak pelngan tetap order, banyak acara perayaan lokal, tersedianya berbagai media promosi) dan ancaman (ketergantungan kepada pihak eksternal, perubahan permintaan pasar, naiknya bahan baku).

Kata Kunci: UMKM, Usaha, Strategi Pengembangan Usaha

DEVELOPMENT STRATEGY MICRO SMALL AND MEDIUM BUSINESS BAITUL AQIQAH IN BALIKPAPAN

Yuwono Wibowo
1915644220

(Program Studi Sarjana Terapan Akuntansi Manajerial, Politeknik Negeri Bali)

ABSTRACT

This study aims to determine the Baitul Aqiqah business development strategy and also to find solutions to overcome weaknesses and take advantage of opportunities. In this study, the data analysis technique refers to the strategy, namely using the SWOT analysis technique with a qualitative approach method. This aims to maximize strengths and opportunities, and also minimize weaknesses and threats. The results of this study indicate that the main strengths are strengths and opportunities. Strengths (skills, good products, good financial management) and weaknesses (lack of resources, high product prices, difficulty finding quality raw materials) external factors that influence the business strategy of the Baitul Aqiqah business are opportunities and threats. Opportunities (lots of regular customer orders, lots of local celebration events, availability of various promotional media) and threats (dependence on external parties, changes in market demand, increase in raw materials).

Keywords: *UMKM, Business, Business Devloment Strategy*

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS USAHA MIKRO KECIL DAN
MENENGAH BAITUL AQIQAH DI BALIKPAPAN**

Proposal Penelitian Ini

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Terapan
Akuntansi Program Studi Akuntansi Manajerial Jurusan Akuntansi Politeknik



Nama : Yuwono wibowo

Nim : 1915644220

**PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN AKUNTANSI MANAJERIAL
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI
2023**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA ILMIAH

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Yuwono Wibowo

NIM : 1915644220

Program Studi : Akuntansi Manajerial

Menyatakan bahwa sesungguhnya Skripsi:

Judul : Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Mikro Kecil Dan Menengah
Baitul Aqiqah Di Balikpapan

Pembimbing : 1. Made Agus Putrayasa, S.E., M.SA., AK.

2. Endang Sri Apriani, S.E., M.E.

Tanggal Uji : 23 Agustus 2023

Skripsi yang ditulis merupakan karya sendiri dan orisinal, bukan merupakan kegiatan plagiat atau saduran karya pihak lain serta belum pernah diajukan sebagai syarat atau sebagai bagian dari syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan dari perguruan tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Balikpapan, 08 September 2023



Yuwono Wibowo

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS USAHA MIKRO KECIL DAN
MENENGAH BAITUL AQIQAH DI BALIKPAPAN**

DIAJUKAN OLEH

NAMA : YUWONO WIBOWO

NIM : 1915644220

Telah Disetujui dan Diterima Dengan Baik Oleh:

DOSEN PEMBIMBING I,

DOSEN PEMBIMBING II,



I Made Agus Putrayasa, SE, M.SA, Ak
NIP. 197808292008011007



Endang Sri Apriani, S.E., M.E
NIP. 2021.90.003

JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI

Disahkan Oleh:
Jurusan Akuntansi
Ketua



I Made Sudana, SE., M.Si
NIP. 196112281990031001

SKRIPSI



**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS USAHA MIKRO KECIL DAN
MENENGAH BAITUL AQIQAH DI BALIKPAPAN**

Telah Diuji Dan Dinyatakan Lulus Ujian Pada:

Tanggal 23 Bln Agustus Thn 2023

PANITIAN PENGUJI

KETUA:




1. I Made Agus Putrayasa, SE, M.SA, AK
NIP. 197808292008011007

ANGGOTA:



2. Ida Suriana S.E, M.M
NIP. 198902192014042001



3. I Made Baglada, SE., M.Si, AK
NIP. 197512312005011000

JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kepada tuhan yang Maha Esa karena atas rahmat dari-nya serta kesehatan jasmani dan rohani sehingga Saya diberikan kelancaran dalam mengerjakan dan menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.

Salawat serta salam juga tidak lupa penulis sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa risalah kebenaran dan sebagai suri tauladan yang baik kepada kita. Ucapan terimakasih yang tulus kepada ibunda dan ayahanda tercinta, yaitu Ibu Tukini dan Bapak Sumarjo yang telah membesarkan dan mendidik penulis sehingga penulis dapat tumbuh sebagai manusia seutuhnya hingga sampai saat ini.

Skripsi ini dapat terselesaikan dengan adanya bantuan dari berbagai pihak, oleh karna itu ucapan terimakasih ditunjukkan kepada:

1. Bapak I Nyoman Abdi, SE, M.eCom selaku Direktur Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan kesempatan menuntut ilmu di Politeknik Negeri Bali.
2. Bapak I Made Sudana, SE., M.Si selaku Ketua Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan saran – saran dalam mengerjakan skripsi.
3. Ibu Dessy Handa Sari, S.E., M.M selaku Ketua Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Balikpapan yang telah memberikan saran–saran serta motivasi dalam mengerjakan skripsi.

4. Bapak I Made Agus Putrayasa, SE, M.SA, Ak selaku pembimbing I yang telah memberikan arahan maupun masukan selama mengerjakan skripsi.
5. Ibu Endang Sri Apriani. S.E., M.E selaku pembimbing II yang telah memberikan saran-saran serta motivasi dalam mengerjakan skripsi
6. Sahabat-sahabatku seangkatan terkhusus Kelas Akuntansi angkatan 2019 yang telah bersama-sama berjuang menempuh Pendidikan.
7. Serta sahabat-sahabatku yang tidak memungkinkan untuk disebutkan satu persatu, terimakasih telah menjadi sahabatku untuk saat ini hingga seterusnya.

Semoga apa yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan pahala disisi Allah SWT dengan berlimpah Ganda, Aamiiiiin. Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan, akan tetapi penulis berharap semoga apa yang tertulis dalam skripsi ini bermanfaat bagi mereka yang memerlukan untuk berlanjutnya ilmu pengetahuan.

Balikpapan, 10 Agustus 2023

Yuwono Wibowo

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PRASYARAT GELAR SARJANA TERAPAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN USULAN PROPOSAL PENELITIAN Error! Bookmark not defined.	
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
A. Kajian Teori	9
1. Pengertian UMKM.....	9
2. Strategi Pengembangan Usaha.....	11
3. Minat Beli dan Indikator Minat Beli.....	14
B. Kajian Penelitian yang Relevan	15
C. Analisis SWOT (Strength, Weaknesses, Opportunities, and Threats)	17
1. Pengertian Analisis SWOT.....	17
2. Analisis Matriks SWOT.....	17
3. Internal Factors Analysis summary (IFAS) dan Eksternal Factors Analysis Summary (EFAS).....	18
D. Alur Pikir.....	20
BAB III METODE PENELITIAN	22
A. Jenis Penelitian.....	22

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	22
C. Sumber Data.....	23
D. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data	23
E. Keabsahan Data.....	25
F. Teknik Analisis Data.....	25
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	27
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	27
B. Hasil Penelitian	27
1. Strategi Pengembangan Usaha.....	27
2. Analisis SWOT Strategi Pengembangan Usaha Menengah Baitul Aqiqah Dalam Menarik Minat Konsumen.....	30
BAB V KESIMPULAN.....	49
A. Kesimpulan	49
B. Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA	51


JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Penjualan Baitul Aqiqah	5
Tabel 2. 1 Analisis Matriks SWOT	18
Tabel 3. 1 Daftar Informan Penelitian	23
Tabel 4. 1 Faktor Internal Kekuatan	31
Tabel 4. 2 Faktor Internal Kelemahan	32
Tabel 4. 3 Faktor Eksternal Peluang.....	33
Tabel 4. 4 Faktor Eksternal Ancaman	34
Tabel 4. 5 IFAS (<i>Internal Factors Analysis Summary</i>).....	36
Tabel 4. 6 EFAS (<i>Eksternal Factor Analysis Summary</i>).....	37
Tabel 4. 7 Analisis SWOT.....	38
Tabel 4. 8 Faktor Strength dan Opportunity.....	40
Tabel 4. 9 Analisis Matriks SWOT	41

JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	21
Gambar 4. 1 Matriks Kuadran SWOT Baitul Aqiqah	39



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian (Pembukaan)
- Lampiran 2 Kuesioner penelitian (pertanyaan faktor Internal dan eksternal)
- Lampiran 3 Kuesioner Penelitian (Pengukuran Rating)
- Lampiran 4 Data Tabulasi Jawaban Kuesioner (Faktor Internal)
- Lampiran 5 Tabel Tabulasi Jawaban Kuesioner (Faktor Eksternal)
- Lampiran 6 Hasil Uji Plagiasi (Bab 2)
- Lampiran 7 Hasil uji Plagiasi (Bab 1,3,4,5)
- Lampiran 8 Bukti Penelitian
- Lampiran 9 Daftar Pertanyaan & Hasil Wawancara



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang sangat luas, kemajuan berbagai bidang ekonomi sangatlah pesat dengan banyaknya perusahaan-perusahaan yang muncul baik skala kecil maupun skala besar yang telah memberikan sumbangan besar bagi perkembangan perekonomian. Dalam pembangunan ekonomi di Indonesia Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian suatu negara. UMKM banyak muncul untuk memenuhi kebutuhan masyarakat untuk memperoleh keuntungan, karena dapat mampu merespon dengan cepat dan menciptakan produk atau layanan yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan masyarakat. Disisi lain juga UMKM sering didirikan oleh banyak individu yang memiliki keterampilan khusus atau keahlian di bidang tertentu karena dapat memanfaatkan keahlian mereka untuk menciptakan produk atau jasa yang unik dan berbeda.

Beberapa inisiatif pembangunan ekonomi Indonesia, peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah memiliki arti penting yang sangat kontekstual dalam pengembangan pertumbuhan ekonomi, tidak terbatas hanya pada negara-negara dalam tahap perkembangan saja yang menggunakan Usaha Mikro Kecil dan Menengah sebagai pondasi perkembangan ekonomi tetapi banyak di negara-negara maju. Dalam menciptakan pertumbuhan ekonomi yang maju dengan salah satu cara yang dapat meyakinkan masyarakat dalam mendapatkan pendapatan

yang stabil adalah dengan mengembangkan inovasi produk menggunakan sumber daya alam yang tersedia di sekitar lingkungan mereka (Istiqomah & Mahendra, 2022). Hal ini karna disebabkan oleh kemampuan sektor ekonomi untuk menyerap atau memanfaatkan produk dan jasa yang dihasilkan oleh UMKM. Daya serap UMKM salah satu indikator penting dalam mengevaluasi kontribusi sektor perekonomian, meningkatnya daya serap UMKM sangat penting karena sektor ini dapat menjadi penggerak utama pertumbuhan ekonomi, pencipta lapangan kerja, dan pengurangan kemiskinan.

Mengingat peran UMKM yang sangat strategis, maka upaya pemberdayaan UMKM dalam mendukung pertumbuhan ekonomi sangat penting. kehadiran dan dampak yang dihasilkan oleh UMKM pada perekonomian menunjukkan pentingnya UMKM, sehingga perkembangan UMKM memerlukan dukungan dari berbagai bidang, termasuk pemerintah pusat daerah. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah untuk menerapkan kebijakan ekonomi yang mendukung pertumbuhan UMKM agar UMKM dapat terus eksis dan menciptakan daya saing dalam produksi yang dapat diterima oleh masyarakat dalam negeri. Hal ini juga akan memungkinkan UMKM bersaing dengan produk impor serta dapat menciptakan hal-hal baru.

Adapun salah satu sektor yang paling diminati oleh banyak orang sebagai pelaku bisnis UMKM adalah bidang makanan. Dengan permintaan tinggi dan memiliki potensi keuntungan besar maka banyak pelaku UMKM yang menjerumus di bidang makanan untuk memperoleh keuntungan. Salah satunya

adalah UMKM Baitul Aqiqah yang mengelola di bidang makanan yaitu kambing guling yang beralokasi di Kota Balikpapan Kalimantan Timur.

Adapun strategi bisnis yang tidak kalah penting memiliki rencana bisnis yang tepat menjadi faktor kunci dalam menjaga kelangsungan suatu usaha. Dalam dunia bisnis kompetitif, perubahan pasar dan teknologi yang cepat, serta kebutuhan konsumen yang terus berkembang, sebuah usaha harus mampu beradaptasi dan mengikuti perkembangan tersebut.

UMKM Baitul Aqiqah yang memfokuskan usahanya dibidang makanan yaitu kambing guling, memiliki peluang pasar yang tinggi dengan produk makanan yang populer dan diminati oleh banyak orang, terutama dalam acara-acara khusus seperti pernikahan dan memberikan peluang yang baik bagi pelaku UMKM Baitul Aqiqah untuk mengembangkan usahanya. Seperti yang umum diketahui banyak Perusahaan yang memiliki skala besar telah menutup usahanya dikarenakan kurang mampunya membangun strategi yang tepat serta pembaruan strategi dalam melihat ancaman contohnya 7-eleven (Sevel) yang mengalami kesulitan finansial menghadapi persaingan sebagaimana Indomaret dan Alfamart. Ada juga pelaku UMKM yang merasakan hal yang sama yakni kalah dengan pelaku usaha lainya (Susanto, 2019).

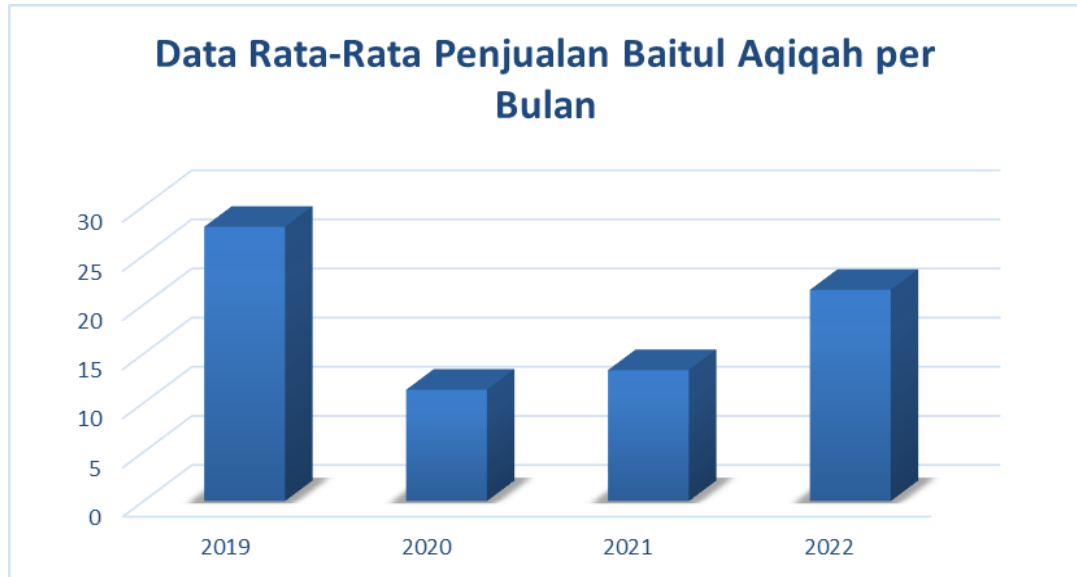
Covid-19 yang baru memasuki Indonesia tahun 2020 berdampak pada perekonomian dengan adanya kebijakan pembatasan sosial yang diberlakukan mengakibatkan penurunan permintaan akan kambing guling. Banyak acara sosial yang dibatalkan atau ditunda, sehingga mengurangi peluang usaha kambing

guling untuk mendapatkan pendapatan. Hal ini dapat menyebabkan kesulitan dalam menjaga keberlangsungan usaha dalam memenuhi kebutuhan operasionalnya. Pandemi Covid-19 juga telah merubah perilaku konsumen dalam hal makan diluar atau menghadiri acara sosial. Meskipun dampak Covid-19 terhadap usaha kambing guling sangat signifikan, pelaku usaha Baitul Aqiqah dapat bertahan menjaga kualitas produk dan memanfaatkan peluang pasar yang muncul.

Setelah berjalan selama 7 tahun usaha Baitul Aqiqah masih terdapat banyak kelemahan serta perlu adanya Upaya pengembangan lebih lanjut guna menjaga keberlangsungan usahanya, dikarenakan persaingan sangat ketat perlu menyesuaikan dengan tuntutan pasar dan evolusi zaman dengan berinovasi, terus belajar, dan beradaptasi dari pesaing yang terus mengeluarkan produk terbaru. Faktor eksternal memiliki peluang untuk pengembangan usaha, diantaranya perkembangan teknologi, dukungan pemerintah, perluasan jangkauan operasional dan retensi pelanggan (Alyas, 2017).

Telah ada studi sebelumnya yang mencatat permasalahan keterbatasan sumber dana bagi UMKM, hal ini mengakibatkan UMKM umumnya menjadi usaha milik perorangan pribadi dengan karakteristik yang memiliki ciri tertutup, serta bergantung pada modal terbatas yang berasal dari pemiliknya sendiri.

Table 1.1 Data Penjualan Baitul Aqiqah



Sumber: Laporan Penjualan UMKM Baitul Aqiqah Edy Rosidi Kota Balikpapan

Dari grafik pada table 1.1 seiring berjalanya waktu dan disebabkan oleh berbagai faktor saat ini perkembangan usaha Baitul Aqiqah mulai mengalami penurunan. Namun potensi besar untuk bisa mengembangkan usaha kambing guling agar tetap bertahan dan mampu berkembang adalah keharusan untuk berinovasi terhadap produk yang dihasilkan ditengah kondisi penurunan saat ini setelah di landa *covid-19*. Mulai tahun 2019 rata-rata penjualan perbulan usaha menengah Baitul Aqiqah memiliki 28 pesanan perbulan kemudian menuruh pada tahun 2020 menjadi 11 pesanan perbulan, tahun 2021 mengalami kenaikan dengan rata-rata penjualan sebanyak 13 pesanan perbulan dan tahun 2022 sebanyak 22 pesanan perbulan. Hal ini membuat pelaku usaha dalam kondisi penurunan yaitu Baitul Aqiqah untuk menjalankan seluruh kegiatan operasional

secara efektif dan efisien untuk itu di perlukan pengembangan agar keluar dari kondisi penurunan dengan tujuan mampu meningkatkan hasil penjualan usaha secara optimal dalam menarik minat beli konsumen. Atas dasar inilah, pelaku usaha Baitul Aqiqah harus bisa memanfaatkan keadaan lingkungan internal maupun eksternal dalam menguatkan usahanya (Miftahul Reski P. N, 2020).

Pandemi Covid-19 telah menyebabkan dampak yang signifikan bagi pelaku usaha UMKM, dengan menyaksikan penurunan pendapatan yang drastis selain itu perubahan perilaku konsumen juga telah menyulitkan diri dengan perubahan tersebut, bahkan banyak dari pelaku usaha terpaksa harus menutup usahanya. Peranan teknologi digital juga membuat UMKM dapat bertahan (Arianto, 2022).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti merasa tertarik untuk mengkaji isu masalah tersebut dalam penelitian yang berjudul **“Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Baitul Aqiqah Edy Rosidi di Balikpapan”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah “Bagaimana strategi pengembangan usaha yang tepat dalam melihat kekuatan dan kelemahan, peluang dan ancaman pada usaha Baitul Aqiqah?”

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan konteks yang telah dijelaskan sebelumnya, fokus dari penelitian ini akan mengarah pada identifikasi isu yang akan diangkat, yaitu: “Untuk mengetahui strategi dalam mengembangkan usaha Baitul Aqiqah”.

D. Manfaat Penelitian

Harapannya, temuan dari studi ini dapat memberikan manfaat baik secara teori maupun praktis untuk:

1. Bagi pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Balikpapan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan informasi, pemikiran serta pertimbangan dalam merancang strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah, untuk memulai usaha dengan sukses, dan juga mengurangi potensi dampak negative yang mungkin timbul.

2. Bagi Pemerintah

Sebagai pertimbangan bagi pemerintah dalam menentukan kebijakan ekonomi dalam pengembangan usaha kecil dan menengah. Menjadikan UMKM sebagai sebagai landasan mengurangi kemiskinan dan peluang mengurangi pengangguran yang ada sehingga mampu menjadikan UMKM sebagai tolak ukur pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan proses untuk menambah pembelajaran penulis mendapatkan wawasan, atas pengetahuan tentang perekonomian khususnya di bidang UMKM yang merupakan tolak ukur pertumbuhan perekonomian dan

memberi pengalaman mengenai strategi pengembangan usaha yang dapat digunakan memperkecil resiko yang mungkin terjadi. Dalam penelitian ini penulis berharap untuk kedepanya dapat menjadikannya sebagai bahan informasi bagi peneliti lainnya.



JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Dalam rangka mengevaluasi usaha menengah Baitul Aqiqah yang terletak di Jl. Sanga Buana Km.5 No.60 Rt.35 kec. Balikpapan Utara Kel. Graha Indah, hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi yang paling sesuai untuk diterapkan oleh usaha adalah strategi “Agresif” strategi ini bertujuan untuk memanfaatkan kekuatan internal yang dimiliki dengan tujuan memanfaatkan peluang yang lebih besar di masa depan. Untuk menciptakan hal tersebut usaha diharapkan dapat merekrut tenaga kerja ahli, langkah ini penting agar Perusahaan dapat memecahkan masalah ketergantungan terhadap pihak eksternal agar usaha membangun hubungan yang kuat dengan pemasok alternatif. Pemanfaatan teknologi juga dianggap sebagai langkah penting dalam mendukung dalam mencapai pasar yang lebih luas dan lebih dikenal di kalangan masyarakat dengan produknya.

Dalam menganalisis SWOT berdasarkan faktor internal dan eksternal, terdapat sejumlah aspek yang mempengaruhi strategi bisnis usaha menengah Baitul Aqiqah. Dari segi faktor internal pengaruhnya terlihat pada kekuatan dan kelemahan usaha. Kekuatan yang dimiliki mencakup aspek seperti memiliki keterampilan dan pengalaman, produk yang berkualitas, serta manajemen keuangan yang baik. Namun disisi lain, terdapat kelemahan seperti kurangnya

tenaga kerja ahli, kurangnya inovasi ditengah tingginya harga produk, serta keterbatasan pemanfaata teknologi internet. Sementara itu faktor eksternal juga turut berperan dalam membentuk strategi usaha menengah Baitul Aqiqah. Peluang yang dimiliki mencangkup potensi untuk meningkatkan penjualan dan profitabilitas melalui banyak pelanggan yang tetap order dikalangan masyarakat, serta banyak acara dan perayaan lokal yang menjadi peluang pemasaran. Namun disisilain ada ancaman yang perlu diatasi, seperti perubahan permintaan pasar, serta naiknya harga bahan baku.

Dalam gambaran keseluruhan, analisis SWOT ini memberikan pemahaman mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi usaha menengah Baitul Aqiqah dan membantu merumuskan strategi yang lebih efektif dalam menghadapi dinamika bisnis yang ada.

JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI

B. Saran

Usaha menengah Baitul Aqiqah perlu berupaya meningkatkan strategisnya dalam dua aspek, yaitu internal dan eksternal. Dari segi internal, perlu adanya tenaga kerja ahli tambahan untuk mempertahankan kualitas produk yang baik. Sementara itu dari segi eksternal, Baitul Aqiqah harus memberikan pelayanan yang lebih baik lagi mengingat persaingan pasar yang ketat dan memiliki pelanggan yang tetap order. Namun perlu diingat bahwa persaingan bisnis yang ketat dapat membuat usaha menjadi rentan jika tidak mampu berkompetisi secara efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Afridhal, M. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong Di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 223–233.
- Alyas. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dalam Penuatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros). *Sosiohumaniora*, 19(2), 114–120.
- Arianto, B. (2022). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 30–39.
- Atmoko, T. P. H. (2018). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Di Cavinton Hotel Yogyakarta. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(2), 83–96.
- Daulay, Z. A. A. (2018). *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Dengan Metode Triple Helix (Studi Pada UMKM Kreatif di Kota Medan)*.
- Ernawati, S. (2021). *Strategi Pengembangan Umkm Tenun Untuk Meningkatkan Sosial Ekonomi Di Kota Bima*. 190–197.
- Fadila Rahmadani. (2021). *Strategi Pengembangan UMKM Sangkar Barulak Kecamatan Tanjung Baru*. February, 6.
- Fansuri, W. H. (2018). *Minat Beli Konsumen Kendaraan Bermotor Merek Yamaha Mio M3 Di*. November.
- Ghaniy, W. U. (2018). *Analisis akuntansi keuangan usaha mikro kecil dan menengah pada rumah makan tembolok medan*.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, 4(3), 415–424.
- Ichsan, R. N., & Yusuf, M. (2021). *Strategi Bisnis Umkm Selama Pandemi Covid-19*. 6(2).
- Idayu, R., Husni, M., & Suhandi, S. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat

- Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(1), 73.
- Istiqomah, I. W., & Mahendra, A. M. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Penyuluhan Inovasi Pengolahan Singkong Dan Opak Sebagai Upaya Pengembangan Produk Unggulan Di Desa Bleberan Kecamatan Jatirejo Kabupaten Mojokerto. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 25–32.
- Kurniawan, D. A. (2019). *Strategi Pengembangan Wisata Kampoeng Durian Desa Ngrogung Kecamatan Ngebel Ponorogo melalui Analisis Matrik IFAS Dan EFAS*. 5(2).
- Maulana, F. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Menengah Fajar Bakrey Dalam Menarik Minat Beli Konsumen. *Skripsi*, 2(8.5.2017), 2003–2005.
- Miftahul Reski P. N. (2020). Analisis Strategi Peningkatan Daya Saing Pengrajin Kain Tenun Khas Pagatan Kabupaten Tanah Bumbu. *Kaos GL Dergisi*, 8(75), 147–154.
- Natsir, S. Z. (2022). *Strategi Pengembangan UKM Berbasis Ekonomi Kreatif (Studi Kasus Pada Poklhasar Cakalang Mas Kota Palopo)*.
- Nazarudin. (2020). Manajemen Startegik. In *NoerFikri Offset*.
- Purwanti, I., & Suyanto, U. Y. (2021). Pendekatan Manajemen Strategi Dalam Pengembangan Sektor Umkm Di Kabupaten Lamongan. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen ...)*, 5(1), 735–757.
- Rahmawati, D. (2022). Analisis Swot Pengembangan Home Industri Kerupuk Sagu Di Desa Purwosari Kabupaten Luwu Timur. *Skripsi*, 109.
- Rochmadhon, T. Y. G. (2019). *Strategi Bersaing Analisis SWOT PT. Ampo Di Desa Dukuh Mencek Kecamatan Sukora Rambli Kabupaten Jember Dalam Industri 4.0. September*.
- Setyorini, H., Effendi, M., & Santoso, I. (2016). Marketing Strategy Analysis Using SWOT Matrix and QSPM (Case Study: Restaurant Soekarno Hatta Malang). *Industria: Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri*, 5(1), 46–53.
- Suci, Y. R., Tinggi, S., & Ekonomi, I. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha Mikro

- Kecil Menengah) di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi*, 377–386.
- Surepi, L. (2021). Peranan Administrasi Bisnis dalam Strategi Pengembangan Usaha. *Jurnal Aghinya Stiesnu Bengkulu*, 4(1), 4.
- Susanto, & Y. (2019). Pentingnya Strategi Bisnis Yang Tepat Dalam Mempertahankan Eksistensi Suatu Usaha (Studi Kasus: Penutupan Sevel). *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(1), 15–23.
- Telaumbanua, : Kaminudin. (2018). Pengertian Strategi dan Manajemen Strategi Dalam Perusahaan. *Jurnal Educatin of Development*, 02(2010), 8–24.



JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI