BAB II
KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Relevan

Dalam penelitian ini peneliti mencantumkan beberapa penelitian yang berhubungan dengan permasalahan yang diangkat dalam pembahasan atau topik penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti akan memaparkan beberapa karya ilmiah terkait denganpembahasan peneliti diantaranya :

1. Mila Fadilah Utami (Mahasiswi Departemen Teknologi Industri Pertanian fakultas Teknologi Pertanian Institut Pertanian Bogor 2008) dengan judul Skripsi“Studi Pengembangan Usaha Gula Merah Tebu Di Kabupaten Rembang”(Studi Kasus di Kecamatan Pamotan, Kabupaten Rembang) dengan permasalahan Menganalisis aspek-aspek yang berkaitan dengan pengembangan usaha gula merah tebu, yang mencakup analisis SWOT, aspek pemasaran, aspek teknis dan teknologis, serta aspek finansial.Menyusun strategi pengembangan usaha gula merah tebu di Kabupaten.
2. Tri budiman (Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri(IAIN) Metro Lampung 1438 H / 2017) dengan judul Analisis Swot Pada Usaha Kecil Dan Menengah(Studi Kasus Pada Percetakan Paradise Sekampung). Bagaimana implementasi analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats)* pada UMKM di Percetakan Paradise?.
3. Yuyun Setiani (Mahasiswi Jurusan Syari’ah Dan Ekonomi Islam Program Studi S1 Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negri Jurai Siwo Metro Lampung 2016), dengan judul Skripsi “Studi Kelayakan Bisnis Bagi Wirausaha”. (Studi Kasus Di PB Swalayan Metro) dengan permasalahan(perbedaan tenik produksi dan teknik menejemen

dengan teknik pemasaran dan dampak lingkungan) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran Studi Kelayakan Bisnis bagi wirausaha. Berdasarkan hasil penelitian Yuyun Setiani bahwa studi kelayakan bisnis berperan dalam pendirian PB swalayan Metro, dapat dilihat dari beberapa aspek yang digunakan dari awal pendirian nya sampai sekarang. Dan inovasi-inovasi yang diberikan tidak keluar dari pedoman studi kelayakan bisnis yang ada. Tetapi hanya saja ada beberapa dari aspek studi kelayakan bisnis belum bisa diterapkan secara optimal.

4. Atika Kamelia (2016) (Mahasiswi Jurusan Syari'ah Dan Ekonomi Islam Program Studi S1 Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negri Jurai Siwo Metro Lampung), dengan judul Skripsi "Penerapan Strategi Bisnis Industri Rumah Tangga Dalam Mengembangkan Usahanya Perspektif Ekonomi Islam". (Studi Pada Industri Pengrajin Klanting Di Desa Gantimulyo 37 C Kecamatan Pekalongan Lampung Timur) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan yang dilakukan oleh industri rumah tangga dalam mengembangkan usaha nya dengan menggunakan pengembangan merk/produk, penetapan harga, pemasaran industri, dan promosi dilihat dari perspektif ekonomi islam, sehingga dapat menghasilkan industri klanting yang bermutu dan berkualitas tinggi serta banyak diminati oleh konsumen. (Atika Kamelia 2016).
5. Hellen Mayora Violetha (2014) MahasiswiFakultas Ekonomidan BisnisUniversitas Muhammadiyah Malang melakukan penelitian dengan judul "Evaluasi Kelayakan Bisnis Pada Rumah Pemondokan (Kost) Mahasiswa Di Sekitar Universitas Muhammadiyah Malang".Penelitian ini menggunakan metode penilaian investasi yaitu PP (Payback Period), ARR (Average Rate of Return), NPV (Net Present Value), IRR (Internal Rate of Return), PI (Profitability Index).Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa

usaha rumah pemondokan (kost) milik Bapak Rofiq dinyatakan layak, karena hasil analisis Net Present Value (NPV) positif atau > 0, Payback Period (PP) diperoleh < umur ekonomis, Internal Rate of Return (IRR) > COC, Average Rate of Return (ARR) > tingkat keuntungan yang diharapkan, Profitability Index (PI) > 1.

6. Sandi, dkk (2015) penelitian ini menganalisis kelayakan ekonomi dan strategi pengembangan usaha konveksi cahaya permata. Usaha konveksi cahaya permata memiliki nilai NPV positif lama pengembalian modal investasi lebih dari satu dilihat dari perhitungan Pacbak Period dengan nilai B/C > 1 maka usaha konveksi cahay permata layak untuk dilakukan investasi.

1.2 Kedudukan Peneliti Saat Ini

1. Persamaan

Persamaan saya denganpenelitian pertama oleh Mila Fadilah Utami (Mahasiswi Departemen Teknologi Industri Pertanian fakultas Teknologi Pertanian Institut Pertanian Bogor 2008) dengan judul Skripsi“Studi Pengembangan Usaha Gula Merah Tebu Di Kabupaten Rembang”(Studi Kasus di Kecamatan Pamotan, Kabupaten Rembang)adalah sama-sama membahas tentang studi pengembangan usaha.

Persamaan penelitian saya yang kedua yang dilakukan oleh Tri Budiman dengan judul dengan judul Analisis SWOT Pada Usaha Kecil Dan Menengah(Studi Kasus Pada Percetakan Paradise Sekampung). Adalah saama-sama mengunaan analisis SWOT.

Persamaan penelitian saya dengan penelian ketiga oleh Yuyun Setiani (Mahasiswi Jurusan Syari’ah Dan Ekonomi Islam Program Studi S1 Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negri Jurai Siwo Metro Lampung 2016), dengan judul Skripsi “Studi Kelayakan Bisnis Bagi Wirausaha”. (Studi Kasus Di PB Swalayan

Metro),adalahsama-sama meneliti tentang studi kelayakan usaha dalam perspektif syariah.

Persamaan penelitian saya dengan penelitian keempat oleh Atika Kamelia (2016) (Mahasiswi Jurusan Syari'ah Dan Ekonomi Islam Program Studi S1 Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negri Jurai Siwo Metro Lampung), dengan judul Skripsi "Penerapan Strategi Bisnis Industri Rumah Tangga Dalam Mengembangkan Usahanya Perspektif Ekonomi Islam". (Studi Pada Industri Pengrajin Klanting Di Desa Gantimulyo 37 C Kecamatan Pekalongan Lampung Timur), yaitu sama-sama dalam pembahasan atau topik dalam penelitian ini.

Persamaan penelitiansaya dengan penelitian kelima oleh Hellen Mayora Violetha (2014) Mahasiswa Fakultas Ekonomidan BisnisUniversitas Muhammadiyah Malang melakukan penelitian dengan judul "Evaluasi Kelayakan Bisnis Pada Rumah Pemondokan (Kost) Mahasiswa Di Sekitar Universitas Muhammadiyah Malang", yaitu dengan topik dan pembahasan dalam penelitianyang sama.

Persamaan penelitian saya dengan penelitian yang keenam oleh Sandi, dkk (2015) penelitian ini menganalisis kelayakan ekonomi dan strategi pengembangan usaha konveksi cahaya permata. Yaitu topik atau pembahasan yang sama.

2. Perbedaan

Perbedaan penelitian saya dengan penelitian yang pertama yaitu dari segi pembahasan, penelitian tersebut lebih difokuskan pada pengembangan usaha penerbitan buku sadeangkan penelitian sebelumnya meneliti perbedaan teknik produksi dan teknik menejemen dengan teknik pemasaran dan dampak lingkungan.

Perbedaan penelitian saya dengan penelitian yang kedua adalahmembicarakan tentang strategi sedangakan dalam penelitian saya yaitu tentang pengembangan usaha .

Perbedaan penelitian saya dengan penelitian yang ketiga yaitu berbicara tentangaspek pasar dan pemasaran, aspek teknik dan teknologi dan aspek manejemen dan operasional sedangkan dalam penelitian ini melihat aspek finansial dan pemarasan.

Perbedaan penelitian saya dengan penelitian keempatyaitu tentang bagaimana penerapan pengembangan dalam menggunakan pengembangan merk/produk, penetapan harga, pemasaran industri, dan promosi dilihat dari perspektif ekonomi islam sedangkan penelitian ini yaitu pengembang usaha dalam bentuk penambahan dan pengantian mesin-mesin.

Perbedaan penelitian saya dengan penelitian kelima adalah meggunakan analisis yang berbeda.

Perbedaan penelitian saya dengan penelitian yang keenam yaitu mengunakan analisis yang menyerupai tapi berbeda dalam rumus yang digunakan karena dalam penelitian ini tidak menggunakan NVP.

Oleh sebab itu ditegaskan bahwa penelitian dengan judul studipengembangan usaha penerbitan buku perspektif syariah (CV AA-DZ Grafika Kendari) belum pernah di teliti sebelumnya khususnya di IAIN Kendari.

2.2 Landasan Teori

A. Teori Pengembangan Usaha

1. Moekijat (1991)

berpendapat bahwa pengembanganadalah setiapusahauntuk memperbaikipelaksanaanpekerjaan yangsekarang maupun yang akan datang dengan memberikan informasi,mempengaruhisikap atau menambah kecakapan.Kellog(dalamMoekijat, 1991) merumuskan bahwa pengembangan sebagaisuatu perubahan dalam orang yang memungkinkan yang bersangkutan bekerja lebih efektif. Cushway, Barry menjelaskan bahwa pengembanganadalah memberikan individu pengetahuan, keahlian dan pengalaman yang perlu supaya merekadapat melaksanakan peranan dantanggungjawab yang lebih besardan lebih menuntut kemampuan mereka. Berdasarkan dari beberapa definisi di atas dapatdisimpulkan bahwa pengembangan adalah setiap kegiatanyang dimaksudkan untuk mengubah perilakuyangterdiridari pengetahuan, kecakapandansikap. (Rina 2018 : 77) Hasil pengembangan adalah :

a. Pegawai memiliki pengetahuan atau informasibaru.
b. Dapat menerapkan pengetahuan lamadengan cara baru

Mempunyai minatyang lebih besar untuk menerapkan apa yang iaketahui. Arah pengembangan adalahmengembangkan karyawan sekarangdanmendatang untuk tugas-tugas masa depandengan organisasi atau memecahkan masalahorganisasi. . (Rina 2018 : 77)

2. MenurutHafsah, 2004 Dalam Alhempi, Raden(2013)

Bahwaupaya untuk pengembanganusaha kecil pada hakekatnya merupakantanggung jawab bersama antara pemerintah danmasyarakat. Ke depannya perlu diupayakan hal-hal sebagai berikut: (Raden dan Wismar 2013 : 24)

a. Penciptaan iklim usaha yang kondusif

b. Bantuan permodalan

c. Perlindungan usaha

d. PengembanganKemitraan

e. Pelatihan

f. MembentukLembaga Khusus

g. Memantapkan Asosiasi

h. Mengembangkan promosi

i. Mengembangan Kerjasama yang Setara

3. menurut Riva'i (2003)

Pengembangan merupakan upaya-upaya pribadi seorang pegawai untuk mencapai suatu rencana karier.Kegiatan kegiatan ini perlu didukung oleh perusahaan. Adapun indikator-indikator pengembangan adalah sebagai berikut :

a. Kebutuhan karier

b. Dukungan perusahaan dalam bentuk moril

c. Dukungan perusahaan dalam bentuk materi

d. Perusahaan memberikan umpan balik berupa fasilitas-fasilitas kerja yang mendukung dalam jabatannya

e. Pelatihan

f. Perlakuan yang adil dalam berkarier

g. Informasi karier

h. Promosi

i. Mutasi

j. Penempatan karyawan pada pekerjaan yang tepat

k. Pengembangan tenaga kerja

4. Menurut Mulyadi Nitisusantro (2010)

pengembangan usaha adalah upaya yang dilakukan oleh pemerintah pemerintah daerah, masyarakat, dan stakeholder lainnya untuk memberdayakan suatu usaha melalui pemberian fasilitas, bimbingan pendampingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saing sebuah usaha.Mulyadi Nitisusantro (2010 : 270)

5. Anoraga (2007)

Menyatakan bahwa pengembangan usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas.(Anoraga 2007 : 66).

Dapat disimpulkan dari penjelasan di atas yaitu secara umum pengembanganadalah perubahan yang berlangsung secara perlahan, perbuatan menjadikan bertambah, dan berubah sempurna. Pengembangan usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan ke depan, pemerintah pemerintah daerah, masyarakat, dan stakeholder lainnya untuk memberdayakan suatu usaha.(Anoraga 2007 : 66).

Peneliti juga dalam melakukan penelitian melihat dari teori Moekijat (1991) melihat bahwa teori dan pengembangan yang akan dilakukan oleh perusahaan.

B. Teori Jenis Pengembangan Usaha

1. Menurut Subagyo (2008), Terdapat 2 jenis pengembangan yakni:

a. Pengembangan vertikal

Pengembangan vertical yaitu pengembangan usaha dengan cara menciptakan inti usaha baru yang masih berkaitan dengan usaha utama secara langsung.

b. Pengembangan horizontal

Pengembangan horizontaladalah pengembangan usaha baru dengan tujuan menguatkan usaha utama agar memperoleh keunggulan koperatif yang tak berkaitan dengan bisnis inti secara line.

2. menurut Humaizar (2010),

Dilihat dari caranya, terdapat 3 jenis pengembangan usaha diantaranya:

a. Perluasan ke hulu atau ke hilir. Maksudnya pengembangan usaha dilakukan berdasarkan posisi usaha. Apabila saat ini usaha berada di hulu maka arah pengembangan dilakukan ke arah hilir begitu sebaliknya.
b. Diversifikasi usaha, yakni pengembangan usaha di beragam usaha
c. Franchise, yaitu menjual bisnis dengan menjual hak paten atas prooduk/jasa dan konsep penjualannya.

Dari kedua pengembangan yang dalam perusahaan CV.AA-DZ Grafika Kendari , yang digunakan adalah jenis pengembangan menurut Subagyo (2008), yang mengumukakan teori jenis pengembangan terbagi 2 jenis yaitu vertikal dan horizontal

C. Prinsip-prinsip Pengembangan Usaha dalam Ekonomi Islam

Secara umum ekonomi islam adalah salah satu ilmu social yang mempelajari aktivitas manusia yang berhubungan dengan produksi, distrbusi, dan konsomsi terhadap barang dan jasa. Pengertian ekonomi islam menurut para pakar adalah sebagai berikut :

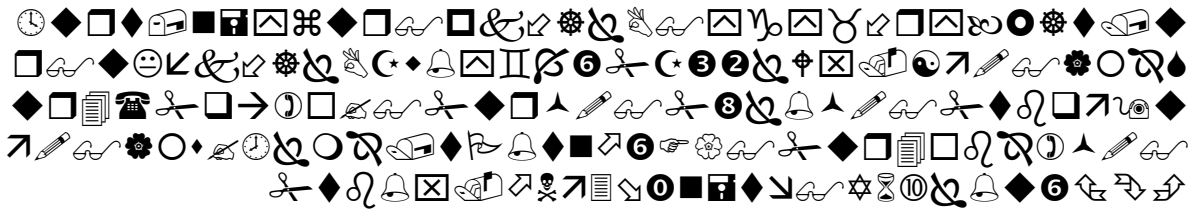
Menurut Monzer Kahf dalam bukunya *the Islamic Economy* menjelaskan bahwa ekonomi islam adalah bagiandari ilmu ekonomi yag bersifat interdisipliner dalam arti kajian ekonomi syariah tidak dapat berdirirsendiri, tetapi perlu penguasaan yang baik dan mendalam terhadap ilmu-ilmu pendukungnya juga terhadapilmu-ilmu yang berfungsi sebagai *tool of analysis* seperti matematika, statistic, logika, dan ushul figh. Al-Arif Dan Euis Amalia (2010 :7).

Menurut M.A. Mannan Mendifiniskan ilmu ekonomi syariah adalah sebagai ilmu pengetahuan social yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang yang diilhami oleh nilai-nilai islam. M.A. Mannan (1992 : 15).

Menurut Umar Chapra ekonomi islam adalah sebagai suatu cabangpengetahuan yang membantu merealisasikan kesejahteraan manusiamelalui suatu alokasi dan distribusi sumber daya alam yang langkah yangsesuai denan maqashid, tanpa mengekang kebebasan individu untukmenciptakan keseimbangan makro ekonomi dan ekologi yang berkesinambungan, membentuk solidaritas keluarga, sosial dan jaringan moral masyarakat.

Dapat diuraikan dari beberapa definisi ekonomi syariah menurut para ahli di atas, ilmu ekonomi syariah yaitu bagaimana moral ekonomi syariah, dalam mengkaji nilai moral manusia untuk mempelajari masalah ekonomi rakyat menggunakan ekonomi islam, sehingga dapat membantu merealisasikan kesejatraan manusia.

suatu bisnis atau usaha dalam syariah islam pasti ada anjuran-anjuran yang perlu dilakukan untuk menghidari sesuatu hal yang buruk terjadi. Bahkan sangat dianjurkan bagi seseorang muslim, hal ini tentu bersumber pada al-qur’an, Berikut penjelasan terkait kegiatan bisnis dan usaha QS. An-Nisa ayat 29.



Terjemahanya :

> Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu.dan janganlah kamu membunuh dirimu[287]; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

Nabi Muhammad SAW telah memberikan contoh kepada umatnyamengenai bisnis syariah.Sebelum memulai bisnis, pebisnis harusmenyusun, menetapkan dan melaksanakan strategi bisnisnya terlebihdahulu. Bisnis tersebutmeliputi sikap utama yaitu jujur, ikhlas, Profesional, silaturrahmi, niat suci dan ibadah, dan menunaikan zakat,infaq, dan sadaqoh.(Ma’ruf Abdullah, 2013:30).

1. Jujur

Sikap jujur melahirkan kepercayaan konsumen atau pelanggan. Kepercayaan akan melahirkan kesetiaan konsumen. Kalau konsumensudah setia kepada produk yang kita jual maka keuntungan akan terus mengalir.

2. Ikhlas

Sikap ikhlas akan membentuk pribadi seorang pebisnis tidak lagi memandang keuntungan materi sebagai tujuan utama, tetapi jugamemperhitungkan keuntungan non materil (mendapat ridha dari Allah SWT).

3. Profesional

Profesional yang didukung oleh sikap jujur dan ikhlas merupakan dua sisi yang saling menguntungkan.Nabi Muhammad SAW memberikan contoh bahwa seseorang yang profesional mempunyai sikap selaluberusaha maksimal dalam mengerjakan sesuatu

atau dalam menghadapi suatu masalah.Tidak mudah menyerah atau berputus asa dan bahkan juga pengecut yang menghindar dari resiko.

4. Silaturrahim

Silaturrahim merupakan jembatan yang menghubungkan pebisnis dengan semua manusia, lingkungan, dan penciptnya.Silaturahmimenjadi dasar membina hubungan baik tidak hanya dengan pelanggan dan investornya, tetapi juga dengan calon pelanggannya (*futuremarket*), dan bahkan dengan kompetitornya.

5. Niat suci dan ibadah

Islam menegaskan keberadaan manusia di dunia ini adalah untuk mengabdikan diri kepada-Nya.

6. Menunaikan zakat, infaq, dan shadaqoh

Menunaikan zakat, infaq, dan shadaqoh hendaknya menjadi budayapebisnis syariah. Menurut ajaran islam harta yang digunakan untukmembayar zakat, infaq, dan shadaqoh tidak akan hilang, bahkanmenjadi tabungan kita yang akan dilipat gandakan oleh Allah di dunia dan akhirat, sehingga menyuburkan bisnis kita.

D. Teori SWOT

1. Pengertian Analisi SWOT

a Richard L.Daft (2010)

Analisis SWOT (*SWOT analysis*) Yakni mencakup upaya-upaya untuk mengenalikekuatan, kelemahan, peluang, dan ancamanyang menentukan kinerja perusahaan. Adapun Informasieksternal mengenai peluang dan ancaman dapatdiperoleh dari banyak sumber, yaitu sebagai berikut :

a. pelanggan

b. dokumen pemerintah

c. pemasok

d. kalangan perbankan

e. rekan diperusahaan lain.

b I Gusti Ngurah Alit Wiswasta, I Gusti Ayu Ari Agung, I Made Tamba. (2018).

SWOT adalah metode perencanaan model, strategis, dan pengembangan usaha yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats)* dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk akronim SWOT (*strengths*,*weakness, opportunities, threats*). SWOT akan lebih baik dibahas dengan menggunakan tabel yang dibuat dalam kertas besar, sehingga dapat dianalisis dengan baik hubungan dari setiap aspek.

c Fredi Rangkuti (2004: 18)

Analisis SWOT adalahidentifikasi berbagai faktor secara sistematisuntuk merumuskan strategi perusahaan.Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strength) danpeluang (opportunity), namun secara bersamaandapat meminimalkan kelemahan (weakness)dan ancaman (threats).Dalam proses pengambilankeputusan strategi selalu berkaitan dengansebagai berikut :

a. pengembangan misi

b. tujuan

c. strategi

d. dankebijakan perusahaan.

Dengan demikian,perencanaan strategi harus menganalisa factor factor strategi perusahaan (kekuatan,kelemahan, peluang dan ancaman) dalamkondisi yang saat ini.Fredi Rangkuti (2004: 18)

d. Menurut (irham fahmi, 2013:260)

Menurut irham fahmi untukmenganalisis secara lebih dalam tentangSWOT, maka perlu dilihat faktor eksternaldan internal sebagai bagian penting dalamanalisis SWOT, yaitu:

a. Faktor eksternalFaktor eksternal ini mempengaruhiterbentuknya *opportunities and threats* (Odan T). Dimana faktor ini menyangkutdengan kondisi-kondisi yang terjadi di luarperusahaan yang mempengaruhi dalampembuatan keputusan perusahaan. Faktorini mencakup lingkungan industri danlingkungan bisnis makro, ekonomi,politik, hukum, teknologi, kependudukan dan sosial budaya. (Irham fahmi, 2013:260).

b. Faktor internalFaktor internal ini mempengaruhiterbentuknya *strenghts and weaknesses*(S dan W). Dimana faktor ini menyangkutdengan kondisi yang terjadi dalamperusahaan, yang mana ini turutmempengaruhi terbentuknya pembuatankeputusan (*decision making*) perusahaan.Faktor internal ini meliputi semua macammanajemen fungsional : pemasaran,keuangan, operasi, sumberdaya manusia,penelitian dan pengembangan, system informasi manajemen dan budayaperusahaan (*corporate culture).*

e. Menurut Budiman (2018)

Hampir semua perusahaan maupun pengamat bisnis dalam pendekatannya banyakmenggunakan analisis SWOT. Kecenderungan ini tampaknya akan terus

semakin meningkat, terutama dalam era perdagangan bebas abad ke-21, yang satu sama lain saling berhubungan dansaling tergantung. Secara umum analisis SWOT dipakai untuk :

a. Menganalisis kondisi diri dan lingkungan pribadi.
b. Menganalisis kondisi internal lembaga dan lingkungan eksternal lembaga.
c. Menganalisis kondisi internal perusahaan dan lingkungan eksternal perusahaan.
d. Mengetahui sejauh mana diri kita di dalam lingkungan kita.
e. Mengetahui posisi sebuah lembaga di antara lembaga lembaga lain.
f. Mengetahui kemampuan sebuah perusahaan dalam menjalankan bisnisnya dihadapkan dengan para pesaingnya.

f. Hamdi Agustin (2017)

Analisis dari *Strenght* (kekuatan),*Weakness*(kelemahan), *Opportunity* (kesempatan) dan *Threat* (ancaman) atau SWOT, merupakan perangkat analisis untuk mengetahui posisi usaha bisnis yang akan dipilih. Analisis ini terdiri dari analisis internal merupakan elemen dari kekuatan (*strenght*) yang menggambarkan faktor-faktor keunggulan yang dimiliki oleh usaha bisnis dan kelemahan (*weakness*) menggambarkan kelemahan yang dimiliki usaha bisnis tersebut.

Analisis eksternal terdiri dari kesempatan (*opportunity*) yang menggambarkan peluang keberhasilan usaha bisnis dan ancaman (*threat*) yang menggambarkan tantangan, ancaman, dan kegagalan usaha bisnis tersebut.Hasil analisis SWOT menjadi pedoman perusahaan dalam membuat analisis berikutnya, sehingga keberhasilan usaha bisnis tidak terlepas dari aspek kekuatan dan

kesempatan untuk memberi daya gerak keberhasilan usaha bisnis tersebut. (Hamdi Agustin 2017 : 45-46)

2. Fungsi, Dan Manfaat SWOT

a. Fungsi SWOT

Menurut Budiman (2018) secara umum analisis SWOT dipakai untuk :

1. Menganalisis kondisi diri dan lingkungan pribadi
2. Menganalisis kondisi internal lembaga dan lingkungan eksternal lembaga
3. Menganalisis kondisi internal perusahaan dan lingkungan eksternal perusahaan
4. Mengetahui sejauh mana diri kita di dalam lingkungan kita
5. Mengetahui posisi sebuah lembaga di antara lembaga lembaga lain
6. Mengetahui kemampuan sebuah perusahaan dalam menjalankan bisnisnya
7. dihadapkan dengan para pesaingnya.

b. ManfaatSWOT

Tujuan akhir dari analsis SWOT adalah menghasilkan berbagai alternativestrategi yang lebih bersifat fungsional, sehingga strategi tersebut akan lebih mudah diaplikasikan dan diimplementasikan pada masing-masing *Strategic Business Unit*.

Adapun manfaat yang dapat dipetik dari analisis SWOT adalah sebagai berikut :

1. Secara jelas dapat dipakai untuk mengetahui posisi perusahaan dalamkancah persaingan dengan perusahaan sejenis.
2. Sebagai pijakan dalam mencapai tujuan perusahaan.

3. Sebagai upaya untuk menyempurnakan strategi yang telah ada, sehinggastrategi perusahaan senantiasa bisa mengakomodir setiap perubahan. (Wardoyo, MM 2011 : 2).

3. Faktor-Faktor Analisis SWOT

Dalam menganalisis lebih jauh tentang analisis SWOT, maka perlu memperhatikan faktor-faktor analisis SWOT. Adapun faktor-faktor tersebut adalah faktor internal dan eksternal, berikut ini pejelasan dari factor-faktor tersebut :

a. Faktor Eksternal

Faktor eksternal ini mempengaruhi terbentuknya opportunities and threats (O dan P). Dimana faktor ini bersangkutan dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi pembuatan keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industri (industry environtment) dan lingkungan bisnis makro (macro environtment), ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan, dan sosial budaya.

b. Faktor Internal

Faktor internal ini mempengaruhi terbentuknya strengths and weaknesses (S and W). Dimana faktor ini menyangkut kondisi yang terjadi dalam perusahaan yang mana, ini turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan (decison making) perusahaan. Faktor internal ini meliputi semua macam manajemen fungsional, pemasaran, keuangan, operasi, sumberdaya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen dan budaya perusahaan (corporate culture). (Irham Fahmi. 2010 : 270)

4. Model Analisis SWOT

Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang dan ancaman dengan faktor internal kekuatan dan kelemahan. Faktor internal dimasukan kedalam matriks yang disebut matriks faktor strategi internal atau IFAS (Internal Strategic Factor Analisis Summary). Faktor eksternal dimasukkan kedalam matrik yang disebut matrik faktor strategi eksternal EFAS (Eksternal Strategic Factor Analisis Summary).Setelah matrik faktor strategi internal dan eksternal selesai disusun, kemudian hasilnya dimasukkan dalam model kuantitatif, yaitu matrik SWOT untuk merumuskan strategi kompetitif perusahaan. Matrik Factor Strategi Eksternal (EFAS).

Matrik Faktor Strategi Eksternal(EFAS)

Faktor strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X rating	Keterangan
Peluang	X	X	X	X
Jumlah	X	X	X	X
Ancaman	X	X	X	X
Jumlah	X	X	X	X
Total		X	X	X

Sumber :*Fredi Rangkuti (2004: 18)*

Matrik Faktor Strategi Internal (IFAS)

Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot X rating	Keterangan
Kekuatan	X	X	X	X
Jumlah	X	X	X	X

Kelemahan	X	X	X	X
Jumlah	X	X	X	X
Total		X	X	X

Sumber :*Fredi Rangkuti (2004: 18)*

Dalam hal melakukan suatu analisis SWOT yang benar dan tepat, maka kiranya perlu membuat suatu analisis SWOT dengan model yang representative. Representative inilah yang akan menjadi penafsirannya, yaitu bagaimana suatu kasus yang dikaji, akan dilihat berdasarkan dari aktivitas kegiatannya, atau dengan hal ini bisa melakukan penyuseuaian analisis dalam kondisa yang terjadi, dengan menggunakan pendekatan matriks SWOT. Adapun penejelasan matriks SWOT adalah sebagai berikut.

c. Matriks SWOT

Matrik SWOT kadang disebut dengan matrik TOWS, matrik ini terdiri atas empat bidang atau kuadran sebagaimana yang telah disinggung pada bagian sebelumnya. Dari masing-masing bidang atau kuadran mempunyai strategi usaha sendiri-sendiri. Format selengkapnya adalah sebagaiberikut :

IFAS / EFAS	STRENGHTS (S) Tentukan 5-10 faktor kekuatan interna	WEAKNESSES (W) Tentukan 5-10 faktor kelemahan interna
OPPORTUNITIES (O) Tentukan 5-10	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan

faktor peluang eksterna	untuk memanfaatkan peluang	kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (T) Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Penjelasan tabel di atas :

Matrik SWOT ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternative strategis, seperti:

a. SO (Strengths and Opportunities)

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

b. ST (Strengths and Threats)

Ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

c. WO (Weaknesses and Opportunities)

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan carameminimalkan kelemahan yang ada.

d. WT (Weaknesses and Threats)

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Penyusunan suatu formula SWOT dengan menggunakan factor eksternal dan internal yang representative adalah dengan menempatkan tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Bobot Nilai

NILAI	KETARANGAN
1,00	Sangat Penting
0,75	Penting
0,50	Standar
0,25	Tidak Penting
0,10	Sangat Tidak Penting

2. Rating Nilai

NILAI	KETERANGAN
5	Sangat Penting
4	Penting
3	Netral
2	Tidak Baik
1	Sangat Tidak Baik

E. Skor Nilai

Untuk menentukan skor nilai akan dihitung dengan mempergunakan formula sebagai berikut: (SN=BN.RN). (Freddy Rangkuti. 1997 : 32).

Keterangan:

SN= Skor Nilai

BN= Bobot Nilai

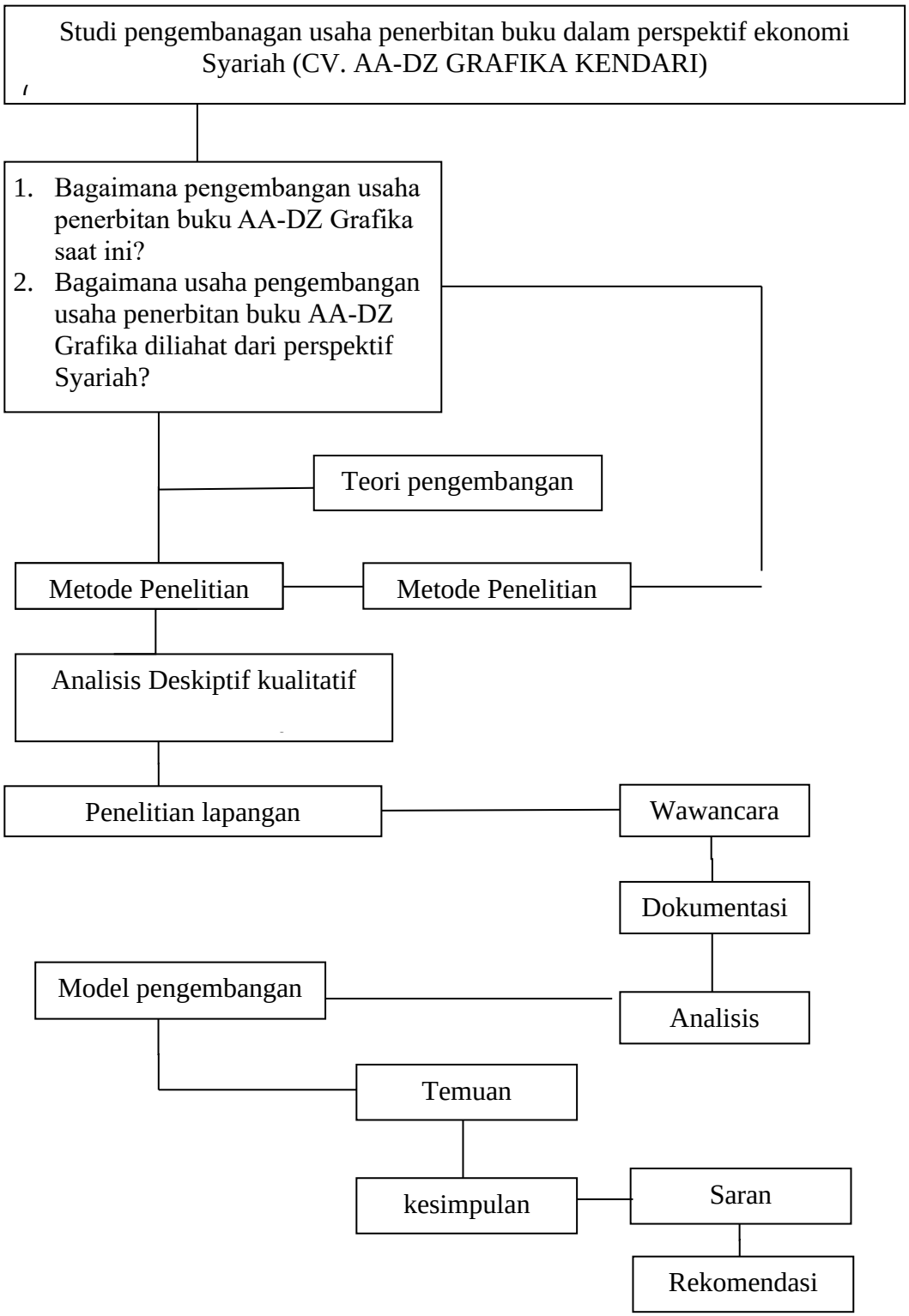
RN= Rating Nilai

1.3 Kerangka Fikir

CV. AA-DZ Grafika saat ini yang dirasakan oleh perusahaan yaitu mengalami peningkatan namun alat-alat yang ada untuk digunakan dalam melakukan produksi masih kurang dan sangat terbatas ini dipengaruhi oleh alat yang kurang memadai. Maka perlu untuk pengembangan usaha dalam bentuk investasi penambahan dan penggantian alat-alat yang sudah lama.

Untuk mencapai sasaran tersebut perlu merumuskan studi pengembangan pada CV. AA-DZ Grafika maka digunakan analisis SWOT yaitu dengan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang akan dihadapi sehingga dari hasil dari analisis tersebut kita dapat mengetahui bagaimana yang akan dilakukannya kedepannya dalam pengembangan usaha penerbitan buku perspektif syariah (CV. AA-DZ Grafika Kendari). Oleh karena itu yang lebih jelasnya di buatkan kerangka pikir dengan skema sebagai berikut :

Gambar : 1. Kerangka Fikir



Sumber : Diolah Di Lapangan, Tahun 2021.