

## STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA (JASA BOGA) CATERING RUMAHAN DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT PADA CATERING "ARANGKADING" BU MAJI NGANJUK

Afiff Yudha Tripariyanto<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Teknik Universitas Kadiri Jl. Selomangleng No 1 Kediri, Jawa Timur  
Telp./Faks: (0354) 771649, e-mail: yudha@unik-kediri.ac.id.

### Abstrak

Catering adalah salah satu wirausaha yang bergerak pada bidang makanan, Catering berasal dari kata 'Cater' yang berarti menyiapkan dan menyajikan makanan dan minuman untuk umum sebagai pelepas lapar dan dahaga. Perkembangan usaha jasa boga (Catering) saat ini tumbuh begitu sangat pesat sekali, dengan perkembangan ini kita dituntut untuk lebih mengembangkan dan berinovasi untuk memenangkan persaingan. Untuk memenangkan persaingan tersebut maka pemilik usaha perlu mempunyai strategi yaitu strategi SWOT. Permasalahan yang dimunculkan dan diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi yang dikembangkan dalam usaha catering "Arangkading" Bu Maji Nganjuk serta Faktor internal dan eksternal yang mempengaruhinya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menggunakan strategi apa yang sesuai dengan keadaan lingkungan untuk meningkatkan pengembangan Usaha Jasa Catering Bu Maji Nganjuk. Jenis Penelitian ini adalah Deskriptif dengan menganalisa data data yang diperoleh dilapangan secara langsung. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kondisi internal usaha jasa catering Bu Maji memiliki nilai 3,48 sedangkan pada kondisi eksternalnya memiliki nilai 3,11 yang berarti perhitungan menggunakan perkalian bobot dan rating. Strategi yang dihasilkan adalah SO dengan nilai 3,99 dan Strategi WO mempunyai nilai 3,07. Dari hasil penelitian ini maka menunjukkan bahwa analisis SWOT layak digunakan secara nyata dan efektif oleh usaha jasa Catering "Arangkading" Bu Maji Nganjuk sebagai salah satu Metode untuk proses pengembangan Usaha Catering Bu Maji Nganjuk.

**Kata kunci:** *Catering, SWOT, Faktor Internal dan Faktor Eksternal.*

### 5. Pendahuluan

Membuka Usaha catering merupakan usaha yang paling populer di bidang Jasa boga. Di setiap kesempatan dan momen kita sering menjumpai aneka olahan makanan enak dan menggoda yang disajikan dengan menarik oleh pemilik catering. Usaha catering merupakan usaha yang cocok pada saat ini karena kebanyakan masyarakat sudah jarang sekali memasak karena tingkat kesibukan, tuntutan pekerjaan dan jabatan. Jumlah penduduk Indonesia dari tahun ke tahun terus meningkat menyebabkan kebutuhan masyarakat Indonesia terhadap pangan semakin meningkat pula. Semakin meningkatnya kebutuhan pangan tersebut, mendatangkan peluang-peluang bisnis yang dapat ditangkap oleh masyarakat Indonesia, salah satunya adalah bisnis catering. Bisnis ini banyak diminati oleh masyarakat karena dianggap memiliki tingkat pengembalian modal yang relatif cepat dan dapat memenuhi kebutuhan primer masyarakat. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya jumlah usaha catering yang berhasil dan berkembang, baik untuk catering lokal maupun catering internasional. Pertumbuhan usaha catering yang telah berkembang dengan pesat saat ini dikarenakan permintaan yang tinggi atas kebutuhan konsumen untuk acara pernikahan, perkumpulan keluarga, rapat, acara kantor, seminar, catering karyawan dan acara. Dua belas tahun lalu usaha catering belum dikelola secara profesional,

dan peralatan yang digunakannya juga belum canggih (Wheelen & Hunger, 2011). Sekarang ini beberapa industri cateringumahan telah berkembang dan melayani beberapa acara pernikahan dalam ukuran yang besar(David, 2009). Dengan berkembangnya permintaan atas jasa cateringmaka banyak catering baru yang terjun ke bidang ini sehingga membuat persaingan menjadi semakin ketat. Hal tersebut membuat pelaku usaha cateringmengalami tantangan yang lebih berat untuk mampu mempertahankan keberadaannya dan juga mengembangkan (Puspitasari, Rumita, & Pratama, 2016). Pertumbuhan yang pesat untuk memenuhi kebutuhan konsumen di satu area pasar yang sama akan memperketat persaingan. Selain itu permasalahan internal dari usaha catering tersebut seperti kurangnya inovasi dan keterampilan yang kurang dari karyawannya serta modal yang terbatas juga memperlambat peningkatan daya saingnya. Sehingga dalam hal ini banyak faktor yang mempengaruhi industri catering agar dapat bertahan ataupun tumbuh dan berkembang. Kemampuan cateringuntuk bertahan ataupun tumbuh dan berkembang harus dilihat dari kinerja pemasaran tersebut. Hal inilah yang menjadi alasan peneliti untuk membuat penelitian mengenai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kinerja pemasaran catering (Pertiwi & Siswoyo, 2016). Menggeluti bisnis makanan memiliki prospek yang baik pada masa sekarang dan kedepannya. Selain menghasilkan keuntungan yang tinggi, makanan juga menjadi kebutuhan pokok bagi setiap orang. Jadi, dimanapun, kapanpun, kita membutuhkan makanan sebagai sumber pokok kehidupan. Menekuni bisnis pembuatan makanan memang membutuhkan ketekunan dan keuletan yang tinggi. Karena yang menjadi pertimbangan utama dalam menekuni bisnis ini adalah cita rasa makanan. Apabila makanan kita sudah sesuai dengan selera konsumen, maka dijamin konsumen akan terus bertambah. Memang usaha ini tidak menjamin seratus persen, karena ada juga konsumen yang mencari selera makanan yang lain. Sehingga dapat disimpulkan usaha katering (Jasa Boga) sangat berpotensi untuk kedepannya karena Usaha katering biasanya dibutuhkan pada berbagai acara seperti pesta perkawinan, seminar, acara keagamaan, dan lain sebagainya (Marini & Hamidah, 2014). Kegiatan-kegiatan tersebut membutuhkan makanan dalam jumlah tertentu. Pada kegiatan-kegiatan tersebut, biasanya pihak penyelenggara menyewa jasa katering untuk menyiapkan makanan sesuai dengan kebutuhan dan menu yang di inginkan. Sehingga, bisa disimpulkan berbisnis katering tidak mengenal kata lelah dan Jenuh. Maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana kondisi lingkungan eksternal dan internal pada usaha catering"arangkading" bu maji nganjuk dan strategi apa yang bisa digunakan pada usaha catering " arangkading" untuk pengembangan usahanya agar bisa berkelanjutan. SWOT adalah singkatan dari *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman). Analisis SWOT mengatur kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman utama usaha ke dalam daftar yang terorganisir dan biasanya disajikan dalam bilah kisi-kisi yang sederhana. Jadi, secara umum manfaat analisis SWOT adalah sebagai berikut (Tjoa & Harjanti, 2013):

- Perusahaan menjadi lebih memahami kekuatannya dan memberikan rekomendasi untuk meningkatkannya.
- Perusahaan dapat melihat suatu peluang dan dapat mempertahankan peluang.
- Perusahaan mengetahui kelemahan serta mencari solusi untuk mengurangi kelemahan tersebut.
- Perusahaan mengetahui potensi ancaman serta mencari solusi untuk menghindari ancaman tersebut.

Secara garis besar terdapat 2 faktor utama yang mempengaruhi analisa SWOT, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Berikut penjelasan singkatnya (Setyorini & Santoso, 2016):

#### 1. Faktor Internal

Faktor internal adalah faktor-faktor yang berasal dari dalam suatu perusahaan, yaitu kekuatan dan kelemahan dari perusahaan itu sendiri. Adapun beberapa hal yang merupakan bagian dari faktor internal adalah;

- Sumber daya keuangan yang memadai
- Sumber daya manusia yang kompeten
- Properti teknologi terkini
- Kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan
- Kemampuan pemasaran yang baik
- Kemampuan distribusi yang baik
- Dan lain-lain.

#### 2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah semua faktor yang berasal dari luar perusahaan (ancaman dan peluang) dan berpengaruh terhadap performa perusahaan tersebut. Adapun beberapa hal yang merupakan bagian faktor eksternal adalah (Nuryati & Fitria, 2014) ;

- Trend bisnis.
- Budaya masyarakat.
- Sosial politik dan ideologi.
- Kondisi perekonomian suatu negara.
- Peraturan dan kebijakan pemerintah.
- Perkembangan teknologi.
- Dan lain-lain.

### 6. Metodologi

Penelitian dengan judul Strategi Pengembangan usaha (jasa boga) catering rumahan dengan menggunakan analisis swot pada "Arangkading" Bu Maji nganjuk dilakukan bersifat Deskriptif dengan menggunakan pendekatan penelitian lapangan (*field research*) yakni penelitian yang dilakukan dengan langsung ke Rumah Catering "ArangKading" yang bertujuan untuk menganalisis strategi bersaing catering tersebut. Teknik pengambilan dan pengumpulan data yang dilakukan dengan cara:

1. Penelitian Pustaka (*library research*), melalui penelitian pustaka penulis juga mengumpulkan sumber informasi dari para ahli yang bersifat teoritis dan berhubungan dengan penelitian ini.
2. Penelitian Lapangan (*field research*), yaitu dengan cara:
  - 1) Observasi. Observasi yang didalamnya peneliti langsung turun ke lapangan untuk mengamati kondisi secara langsung pada proses dan penyajian menu makanan pada catering " ArangKading" Bu Maji Nganjuk.
  - 2) Wawancara. Wawancara adalah usaha untuk mengumpulkan data dengan melakukan wawancara berkaitan dengan visi dan misi Catering "Arangkading" Bu Maji Nganjuk. Narasumber yang dipilih dalam penelitian ini yaitu pemilik Usaha Catering Bu Maji. Metode deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan keadaan subjek atau objek dalam penelitian dapat berupa orang, lembaga, masyarakat dan yang lainnya yang pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau apa adanya. Menurut (Sugiyono,

2016) menyatakan bahwa metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Menurut (Suprayogi, 2012) metode deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Terdapat ciri-ciri yang pokok pada metode deskriptif, antara lain adalah:

1. Memusatkan perhatian pada permasalahan yang ada pada saat penelitian dilakukan atau permasalahan yang bersifat aktual
2. Menggambarkan fakta tentang permasalahan yang diselidiki sebagaimana adanya, diiringi dengan interpretasi rasional yang seimbang.

Pekerjaan peneliti bukan saja memberika gambaran terhadap fenomena-fenomena, tetapi juga menerangkan hubungan, menguji hipotesis, membuat prediksi, serta mendapatkan makna dan implikasi dari suatu masalah.

## 7. Hasil dan Pembahasan

Usaha Jasa Boga "ArangKading" Catering Bu maji didirikan pada tahun 2007 merupakan usaha sampingan dirumah disela sela mengerjakan rutinitas kegiatan Ibu Rumah Tangga yang berlokasi di Perumnas Jatirejo Nganjuk Blok F/3 Kabupaten Nganjuk. Usaha catering ini menerima bebrapa pesanan seperti nasi kotak ayam bakar,lalapan, nasi bungkus prasmanan dan lain lain sesuai dengan pesanan dari pelanggan.

Table 6 Format Analisis SWOT

Uraian	Bobot	Rating	Skor
<b>Strenght (Kekuatan)</b>			
1. Item dari Strenght (Kekuatan)	Nilai	Nilai	Nilai
2. Item dari Strenght (Kekuatan)			
<b>Weaknesses (Kelemahan)</b>			
1. Item dari Weaknesses( Kelemahan)	Nilai	Nilai	Nilai
2. Item dari Weaknesses( Kelemahan)			
<b>Oppurtinities (Peluang)</b>			
1. Item dari Oppurtinities(Peluang)	Nilai	Nilai	Nilai
2. Item dari Oppurtinities(Peluang)			
<b>Threats (Ancaman)</b>			
1. Item dari Threats (Ancaman)	Nilai	Nilai	Nilai
2. Item dari Threats (Ancaman)			

## Matriks SWOT

Matriks yang dapat menggambarkan dengan jelas bagaiman peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya :

1. Strategi SO dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar besarnya.
2. Stategi ST dengan menggunakan kekuatan perusahaan untuk mengatasi Ancaman.
3. Strategi WO berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

4. Strategi WT berdasarkan kegiatan defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari Ancaman.
5. Bobot nilai
6. 1,00 = sangat baik
7. 0,75 = baik
8. 0,50 = standard
9. 0,25 = tidak baik
10. 0,10 = sangat tidak baik
11. Rating nilai
12. 5 = sangat penting
13. 4 = penting
14. 3 = standard
15. 2 = tidak penting
16. 1 = sangat tidak penting
- a. Skor nilai

Untuk skor nilai dihitung dengan menggunakan Formula sebagai berikut :

$$\text{Skor nilai (SN)} = \text{Bobot Nilai (BN)} \times \text{Rating Nilai (RN)}$$

Table 7 Diagram Matrik SWOT

<b>IFAS</b>	<b>STRENGHT (S)</b> Menentukan faktor-faktor kekuatan Internal	<b>WEAKNESES (W)</b> Menentukan Faktor-faktor kelemahan Internal
<b>EFAS</b>	<b>STRATEGI SO</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	<b>STRATEGI WO</b> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<b>TREATS (T)</b> Menentukan Ancaman Eksternal	<b>STRATEGI ST</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	<b>STRATEGI WT</b> Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

### Analisis SWOT

Data yang diperoleh secara observasi dilapangan yang telah kita kumpulkan dan dilakukan analisis Data pada Faktor Internal dan Faktor Eksternal kemudian digunakan untuk menentukan Strategi apa yang diterapkan untuk perkembangan Usaha Jasa (Catering) Arangkading Bu Maji Nganjuk. Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal pada Usaha Jasa Cetering "Arangkading" Bu Maji Nganjuk.

- a) Kekuatan

1. Harga yang ditawarkan terjangkau oleh konsumen.
2. Variasi menu olahan masakan yang banyak.
3. Hubungan silaturahmi yang baik kepada konsumen.
4. Kualitas pelayanan yang diberikan baik.
5. Memberikan pelayanan pengantaran makanan gratis sesuai perjanjian.
6. Memiliki hubungan yang baik kepada Konsumen (sekolah, instansi dan kantor).

b) Kelemahan

1. Tidak memiliki karyawan tetap (musiman).
2. Mengalami kesulitan besar ketika orderan meningkat drastis.
3. Keterlambatan waktu selesai pengerjaan.
4. Pemilik usaha kurang mengontrol hasil masakan.
5. Belum mempunyai papan nama secara khusus.
6. Kurangnya modal untuk pengembangan usaha Catering.
7. Kekuatan penawaran Konsumen yang rendah.

c) Peluang.

1. Gaya hidup masyarakat yang tidak ingin ribet dan cepat.
2. Letak Lokasi yang strategis berada ditengah Kota.
3. Perkembangan penduduk yang jarak memasak.
4. Jarang adanya catering disekitar daerah tersebut.
5. Perkembangan Teknologi internet.

d) Ancaman

1. Kenaikan harga kebutuhan pokok yang tidak pasti.
2. Munculnya Pesaing catering baru dengan harga murah.
3. Adanya penggunaan Asisten rumah tangga.
4. Penggunaan Teknologi alat Rumat Tangga yang semakin canggih.

Table 8 Strategi Internal Usaha Jasa Catering" Arangkading" Bu Maji.

No	Faktor Strategi Internal	Bobot Item	Rating	Bobot Item X Rating
<b>Kekuatan (Strenght)</b>				
1	Harga yang ditawarkan terjangkau oleh konsumen.	0,09	4	0,36
2	Variasi menu olahan masakan yang banyak.	0,10	3	0,3
3	Hubungan silaturahmi yang baik kepada konsumen.	0,06	3	0,18
4	Kualitas pelayanan yang diberikan baik.	0,12	5	0,6
5	Memberikan pelayanan pengantaran makanan gratis sesuai perjanjian.	0,09	4	0,36
6	Memiliki hubungan yang baik kepada Konsumen (sekolah, instansi dan kantor).	0,08	5	0,4
<b>Total Skor Kekuatan</b>				2,2
<b>Kelemahan (Weakness)</b>				
1	Tidak memiliki karyawan tetap	0,07	4	0,28

(musiman).				
2	Mengalami kesulitan besar ketika orderan meningkat drastis.	0,08	3	0,24
3	Keterlambatan waktu selesai pengerjaan.	0,06	3	0,18
4	Pemilik usaha kurang mengontrol hasil masakan.	0,06	2	0,12
5	Belum mempunyai papan nama secara khusus.	0,08	3	0,24
6	Kurangnya modal untuk pengembangan usaha Catering.	0,06	3	0,18
7	Kekuatan penawaran Konsumen yang rendah.	0,04	1	0,04
<b>Total Skor Kelemahan</b>				<b>1,28</b>
<b>Total Internal</b>				<b>3,48</b>

Sumber : Data Olahan Peneliti

Total bobot Item x rating pada perhitungan diatas yang mempunyai nilai 3,48 dari penjumlahan bobot item x rating faktor kekuatan dan faktor kelemahan (Weakness) yang dapat digunakan sebagai titik acuan kondisi internal pada usaha jasa catering dan hasil ini dapat digunakan sebagai ukuran untuk melihat posisi usaha jasa Catering tersebut saat ini.

Table 9 Strategi Eksternal Usaha Jasa Catering" Arangkading" Bu Maji.

No	Faktor Strategi Internal	Bobot Item	Rating	Bobot Item X Rating
<b>Peluang (Opportunities)</b>				
1	Gaya hidup masyarakat yang tidak ingin ribet dan cepat.	0,16	4	0,64
2	Letak Lokasi yang strategis berada ditengah Kota.	0,1	4	0,4
3	Perkembangan penduduk yang jarang memasak.	0,09	3	0,27
4	Jarang adanya catering disekitar daerah tersebut.	0,07	3	0,21
5	Perkembangan Teknologi internet.	0,09	3	0,27
<b>Total Skor Peluang</b>				<b>1,79</b>
<b>Ancaman (Threats)</b>				
1	Kenaikan harga kebutuhan pokok yang tidak pasti.	0,09	3	0,27
2	Munculnya Pesaing catering baru dengan harga murah.	0,10	3	0,3
3	Adanya penggunaan Asisten rumah tangga.	0,09	4	0,36
4	Penggunaan Teknologi alat Rumat Tangga yang semakin canggih.	0,13	3	0,39
<b>Total Skor Ancaman</b>				<b>1,32</b>

<b>Total Eksternal</b>	<b>3,11</b>
------------------------	-------------

Sumber : Data Olahan Peneliti.

Dari hasil pernghitungan analisis kekuatan,kelemahan,peluang dan ancaman yang masuk dalam faktor Internal dan Eksternal menunjukkan bahwa untuk total nilai skor dari masing-masing faktor dapat dirinci sebagai berikut :

- Faktor Kekuatan usaha catering : 2,2
- Faktor Kelemahan usaha catering : 1,28
- Faktor Peluang usaha catering : 1,79
- Faktor Ancaman usaha catering : 1,32

Dari perhitungan diatas,maka dapat diketahui bahwa nilai faktor kekuatan (strenght) lebih tinggi dari pada Faktor kelemahan (weakness) dengan selisih 0,9 dan nilai faktor peluang (opportunities) lebih tinggi dibandingkan dengan faktor ancaman dengan selisih 0,47. Dari hasil perhitungan dan identifikasi tersebut maka dapat di Tabelkan dalam Tabel Strategi Matrik SWOT.

<b>Tabel Kombinasi Strategi Matrik SWOT</b>		
<b>IFAS</b>	<b>STRENGHT (S)</b>	<b>WEAKNESES (W)</b>
<b>EFAS</b>	<b>STRATEGI SO</b>	<b>STRATEGI WO</b>
<b>OPPORTUNIES (O)</b>	$2,2 + 1,79$ 3,99 <b>I</b>	$1,28 + 1,79$ 3,07 <b>III</b>
<b>TREATS (T)</b>	<b>STRATEGI ST</b>	<b>STRATEGI WT</b>
	$2,2 + 1,32$ 3,52 <b>II</b>	$1,28 + 1,32$ 2,6 <b>IV</b>

Sumber : Data Olahan Peneliti.

Hasil perhitungan dari Tabel diatas menunjukkan bahwa Strategi utama yang dihasilkan adalah strategi SO dengan nilai tertinggi 3,99 pada kwadran pertama yang mempuyai arti bahwa strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran usaha catering tersebut,yaitu dengan cara memanfaatkan sumber daya yang ada untuk menguasai dan merebut pangsa pasar dan memanfaatkan peluang sebaik baiknya. Dari penelitian langsung di usaha catering Bu Maji yang menerapkan pengembangan usaha adalah dengan Strategi SO yang memiliki nilai tertinggi yaitu 3,99 yang mempuyai arti bahwa memannfaatkan sumber daya yang dimiliki untuk mendapatkan pangsa pasar sebanyak banyaknya. Strategi ini harus digunakan dan diterapkan yaitu dengan harga yang relatif terjangkau oleh masyarakat sekitar tempat catering dan juga peningkatan kualitas dari hasil pengiriman yang tidak mengalami keterlambatan serta mempuyai link/hubungan dengan instansi bisa sekolah maupun perkantoran untuk meningkatkan jumlah pemesanan/orderan.

## 8. Kesimpulan

Hasil dari Identifikasi dari kondisi Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan) dan Faktor Eksternal ( Peluang dan Ancaman ) pada usaha jasa Catering Bu Maji Nganjuk adalah sebagai berikut :

- Hasil dari analisis data yang telah didapatkan pada sumber secara langsung yaitu didapatkan dari hasil perkalian bobot item x rating item dan total penjumlahan pada faktor kekuatan dan kelemahan Usaha Jasa Catering Bu Maji dengan nilai 3,48.
- Hasil yang didapatkan pada perhitungan Faktor Eksternal yaitu 3,11 yang didapatkan dari perkalian bobot item x rating dan total penjumlahan pada dua faktor yaitu faktor peluang dan faktor ancaman pada usaha jasa Catering dengan mendapatkan nilai 3,48.

Strategi yang dihasilkan dan bisa digunakan ssecara langsung oleh peneliti adalah strategi SO dengan nilai 3,99 adalah sebagai berikut :

- Selalu memberikan pelayanan yang Optimal kepada semua konsumen/pelanggan.
- Selalu menerapkan penggunaan dari Inovasi atau jenis masakan dan selalu memberikan olahan yang terbaru.
- Menerapkan hubungan baik kepada semua pelanggan/Instansi baik kantor/sekolah.
- Selalu menjaga Kualitas hasil Olahan dan Makanan.

## Originalitas

Karya penelitian ini belum pernah dipublikasikan dimedia manapun serta belum pernah diikutsertakan dalam seminar nasional maupun internasional

## Daftar Pustaka

David, F. R. (2009). *Manajemen Strategi ; Konsep-Konsep*. Jakarta: Salemba Empat.

Marini, C. K., & Hamidah, S. (2014). the Effects of Self-Efficacy , Family Environment , and School Environment on the Entrepreneurial Interest of the Culinary Service Department. *Jurnal Pendidikan Vokasi*.

Nuryati, S., & Fitria, D. (2014). Pengaruh Faktor Internal dan Faktor Eksternal Terhadap Pemilihan Alat Kontrasepsi Pada Akseptor KB Baru di Kabupaten Bogor. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Diagnosis*.

Pertiwi, Y. D., & Siswoyo, B. B. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Umkm Kripik Buah Di Kota Batu. *Syariah Paper Accounting FEB UMS*, 231–238.

Puspitasari, N. B., Rumita, R., & Pratama, G. Y. (2016). Pemilihan Strategi Bisnis Dengan Menggunakan Qspm (Quantitative Strategic Planning Matrix) Dan Model Maut (Multi Attribute Utility Theory) (Studi Kasus Pada Sentra Industri Gerabah Kasongan, Bantul, Yogyakarta). *J@Ti Undip : Jurnal Teknik Industri*, 8(3), 171–180. <https://doi.org/10.12777/jati.8.3.171-180>

Setyorini, H., & Santoso, I. (2016). *Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM ( Studi Kasus : Restoran WS Soekarno Hatta Malang ) Marketing Strategy Analysis Using SWOT Matrix and QSPM ( Case Study : WS*

*Restaurant Soekarno Hatta Malang ). 5(1), 46–53.*

Sugiyono, P. D. metode penelitian kuantitatif, kualitatif,dan R&D. , Alfabeta, cv. (2016).

Suprayogi, S. D. (2012). STATISTIKA DESKRIPTIF Suprayogi Statistika Deskriptif. *Statistika Deskriptif*.

Tjoa, G. E. E., & Harjanti, D. (2013). Pengelolaan dan Pengembangan Usaha Furniture pada CV. XYZ di Sidoarjo. *Manajemen Bisnis, Universitas Kristen Petra, 1, No. 1.*

Wheelen, & Hunger, J. D. (2011). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andi.