

**PENERAPAN ANALISIS SWOT DAN ANALISIS SOAR SEBAGAI  
STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK PADA USAHA ANGKRINGAN  
MBAH AO TANJUNG PURWOKERTO SELATAN**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Universitas Islam Negeri  
Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:  
**HANA HANIFAH**  
**NIM. 1917201264**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF K.H SAIFUDDIN ZUHRI  
PURWOKERTO  
2023**

## PERNYATAAN KEASLIAN

### PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hana Hanifah  
NIM : 1917201264  
Jenjang : S-1  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Progra, Studi : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Penerapan Analisis SWOT dan Analisis SOAR Sebagai Strategi Pengembangan Produk Pada Usaha Angkringan Mbah Ao Tanjung Purwokerto Selatan

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 04 Januari 2024

Saya yang menyatakan



**Hana Hanifah**

**NIM. 1917201264**

## LEMBAR PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

### LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

#### PENERAPAN ANALISIS SWOT DAN ANALISIS SOAR SEBAGAI STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK PADA USAHA ANGKRINGAN MBAH AO TANJUNG PURWOKERTO SELATAN

Yang disusun oleh Saudara **Hana Hanifah NIM 1917201264** Program Studi **S-1 Ekonomi Syariah** Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Selasa, 16 Januari 2024** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Prof. Dr. Hj. Tutuk Ningsih, M.Pd.  
NIP.19640916 199803 2 001

Sekretaris Sidang/Penguji

Muhammad Ash-Shiddiqy, M.E.  
NIP. 19950314 202012 1 010

Pembimbing/Penguji

Ma'ruf Hidayat, M.H.  
NIP. 19940604 201903 1 012

Purwokerto, 22 Januari 2024

Mengesahkan

Dekan



Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.  
NIP. 19730921 200212 1 004

## NOTA DINAS PEMBIMBING

### NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada  
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto  
di-  
Purwokerto

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi penulisan skripsi dari saudari Hana Hanifah NIM. 1917202164 yang berjudul:

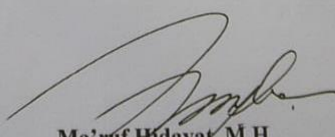
**Penerapan Analisis SWOT dan Analisis SOAR Sebagai Strategi  
Pengembangan Produk Pada Usaha Angkringan Mbah Ao Tanjung  
Purwokerto Selatan**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Perbankan Syariah (S.E.).

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Purwokerto, 04 Januari 2024

Pembimbing

  
**Ma'ruf Hidayat, M.H**

**NIP. 19940604 201903 1012**



## MOTO HIDUP

*“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”*

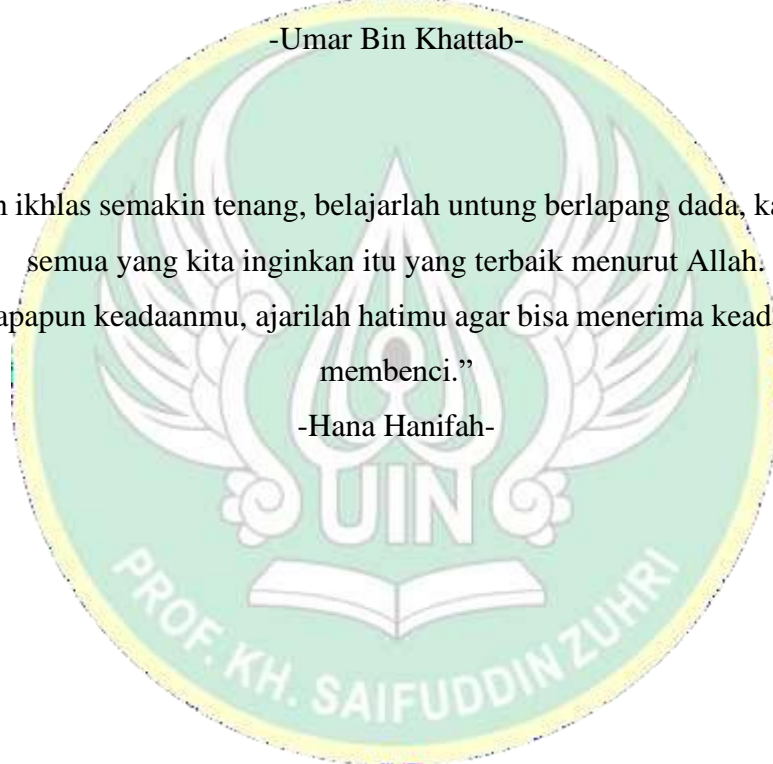
(Q.S Al-Baqarah, 2: 286)

*“Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukku tidak akan pernah melewatkanmu”*

-Umar Bin Khattab-

“Semakin ikhlas semakin tenang, belajarlaha untung berlapang dada, karena tidak semua yang kita inginkan itu yang terbaik menurut Allah. Sesulit apapun keadaanmu, ajarilah hatimu agar bisa menerima keadaan tanpa membenci.”

-Hana Hanifah-



**PENERAPAN ANALISIS SWOT DAN USAHA SOAR SEBAGAI  
STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK PADA USAHA ANGKRINGAN  
MBAH AO TANJUNG PURWOKERTO SELATAN**

**Hana Hanifah**

**NIM. 1917202164**

Email: [hanahanifah8170@gmail.com](mailto:hanahanifah8170@gmail.com)

Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas  
Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRAK**

Strategi pengembangan produk merupakan salah satu permasalahan yang sering dihadapi oleh bisnis makanan dan minuman. Pengembangan produk adalah strategi dan proses yang dilakukan oleh perusahaan dalam mengembangkan suatu produk, memperbaiki produk lama atau memperbanyak kegunaan produk ke segmen pasar yang ada dengan asumsi pelanggan menginginkan unsur-unsur baru mengenai produk. Menurut Jatmiko, strategi dideskripsikan sebagai suatu cara dimana perusahaan akan mencapai tujuan-tujuannya, sesuai dengan peluang-peluang dan ancaman-ancaman lingkungan eksternal yang dihadapi serta sumber daya dan kemampuan internal perusahaan.

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi apa yang telah dijalankan oleh Angkringan Mbah Ao dan memberikan alternatif strategi yang sesuai dengan posisi dan keadaan perusahaan saat ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer yaitu data dari informan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, verifikasi data, dan penarikan kesimpulan. Selanjutnya, untuk teknik keabsahan data menggunakan triangulasi data.

Hasil penelitian ini menunjukkan strategi pengembangan produk usaha Angkringan Mbah Ao yang diterapkan adalah strategi kualitas produk, strategi produksi, strategi pemasaran, dan strategi lingkungan. Kemudian dari matriks SWOT, strategi yang tepat yang dapat diterapkan oleh Angkringan Mbah Ao dimasa yang akan datang adalah strategi W-T dengan meminimalkan kelemahan yang dimiliki serta menghindari ancaman yang ada. Kemudian dari matriks SOAR, strategi yang tepat yang dapat diterapkan oleh Angkringan Mbah Ao dimasa yang akan datang yakni berfokus pada kekuatan dan memanfaatkan peluang untuk menjadikan hasil yang sempurna.

**Kata Kunci: Strategi Pengembangan Produk, Analisis SWOT, Analisis Soar, Angkringan Mbah Ao**

***Application of SWOT Analysis and SOAR Analysis ad a Product Development Strategy at Mbah Ao's Angkringan Business Tanjung Purwokerto Selatan***

**Hana Hanifah**

**NIM. 1917201264**

Email: [hanahanifah8170@gmail.com](mailto:hanahanifah8170@gmail.com)

Departemen of Islamic Economica and Finance of Islamic Economics and Businnes, State Islamic University Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

**ABSTRACT**

*Product development strategy is one of the problems often faced by food and beverage businesses. Product development is a strategy and process carried out by companies in developing a product, improving old products or increasing product usability to existing market segments with the assumption that customers want new elements about the product. According to Jatmiko, strategy is described as a way in which the company will achieve its goals, in accordance with the opportunities and threats of the external environment faced and the company's internal resources and capabilities.*

*The main purpose of this research is to analyze what strategies have been carried out by Angkringan Mbah Ao and provide alternative strategies that are in accordance with the company's current position and circumstances. This research uses a qualitative approach. The data source used is primary data source, namely data from informants. The data collection techniques used are observation, interviews, and documentation. Data analysis techniques use data reduction, data presentation, data verification, and conclusion drawing. Furthermore, for data validity techniques using data triangulation.*

*The results of this study indicate that the Angkringan Mbah Ao business product development strategy applied is a product quality strategy, production strategy, marketing strategy, and environmental strategy. Then from the SWOT matrix, the right strategy that can be applied by Angkringan Mbah Ao in the future is the W-T strategy by minimizing its weaknesses and avoiding existing threats. Then from the SOAR matrix, the right strategy that can be applied by Angkringan Mbah Ao in the future is to focus on strengths and take advantage of opportunities to make perfect results.*

***Keywords: Product Development Strategy, SWOT Analysis, Soar Analysis, Angkringan Mbah Ao***

## PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Penerapan Analisis SWOT dan Analisis SOAR Sebagai Strategi Pengembangan Produk Pada Usaha Angkringan Mbah Ao Tanjung Purwokerto Selatan”. Dengan penuh rasa syukur atas rahmat dan karunia Allah SWT, penulis persembahkan kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan Kesehatan, rahmat, hidayah, serta rezeki kepada saya, sehingga skripsi ini dapat dibuat dan selesai sesuai harapan. Puji syukur yang tak terhingga pada Allah SWT.
2. Kepada My Hero and My love in life, Bapak Supriyono dan Mamah Yatinah yang selalu memberikan doa baik yang tidak pernah berhenti, slalu mengingatkan saya untuk slalu berdoa dan bersyukur, slalu memberikan saya motivasi. Baik dari segi moril maupun materil sehingga penulis diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menempuh Pendidikan sampai pada penyelesaian skripsi ini. Terima kasih sudah menjadi keluarga yang harmonis yang slalu mensupport saya. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan kemuliaan dan mengangkat derajat kalian.
3. Kepada My sister tersayang dan tercinta Fitriani Nurul Khasanah. Terimakasih slalu mendengarkan keluh kesah saya, slalu menjadi garda terdepan ketika saya mengalami kesulitan, slalu mensupport saya bahkan slalu mengingatkan saya untuk tetap semangat dalam menyusun skripsi ini. Terimakasih sudah menemani saya.
4. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang sudah banyak memberikan ilmu kepada penulis semoga segala ilmu nya dapat bermanfaat untuk penulis.
5. Bapak Ma'ruf Hidayat, M.H., selaku dosen pembimbing, terimakasih sudah banyak meluangkan waktu dan sabar memberikan bimbingan, arahan , saran, dan ilmu selama penyusunan skripsi penulis.
6. Teruntuk Mas Muhammad Nur Alfianto. Terimakasih penulis sampaikan atas kesabaran, motivasi, cinta kasih, dan kebersamaanya dalam menemani penulis bahkan sampai penuntasan skripsi ini. Terimakasih slalu ada dalam



masa suka maupun duka. Harapanku semoga Allah SWT alalu memberikan kelancaran dalam hal apa pun itu.

7. Sahabat-sahabat saya Aina Dwi Wibowo beserta Cowonya yakni Sukris, Reres Agustin, Reza Duwi, Novita Argiana, Dita Rizkiana, Afifah Putri, yang senantiasa slalu mencairkan suasana ditengah banyaknya kebisingan, yang dialami penulis. Terima kasih sudah menjadi tempat curhatan saya, terimakasih slalu mensupport saya dan semoga kalian sehat bahagia slalu.
8. Teman-teman penulis Fanny Aprilia, Feni Oktafiani, Zukhrufah, Ainun, Husna, Nampi, Azahra Aini, Latifah Isnaen, Hulya Tunnisa, Nadila Apriliani, terimakasih sudah mau kebersamai penulis dalam penyusunan skripsi, terimakasih sudah mau saling membantu, memberikan dukungan, serta doa.
9. Keluarga besar Ekonomi Syariah C'19 yang sudah menemani hari-hari penulis dan terimakasih sudah diberikan ruang untuk mengkomandoi kelas sepanjang 8 semester ini selama di bangku perkuliahan sampai skripsi ini tuntas.
10. Kepada grup KIYOWOK yang berisi Fitriani (kaka saya), Afifah Putri (sahabat saya), dan Farhan Maulana (sahabat saya) terimakasih sudah menerima semua keluh kesah saya, slalu memberi semangat, slalu mendoakan dan terimakasih sudah menjadi sahabat saya dari kecil hingga saat ini dan semoga senantiasa Allah SWT slalu memberikan kalian sehat jasmani dan rohani.
11. Teman-teman DEMA FEBI 2021, DEMA U 2022, dan teman-teman KKN Papringan serta teman-teman di kepanitiaan yang sudah kebersamai penulis untuk tumbuh menjadi yang sekarang berkat pembelajaran dari kalian yang luar biasa hebat.

Dan yang terpenting terimakasih untuk diri saya yang sudah mampu bertahan sejauh ini dari banyaknya gempuran dan problematika kehidupan yang terjadi, terlebih sepanjang tahun 2023 ini. Proses kali ini adalah langkah awal membuka lembaran yang sangat membahagiakan. Semangat Hana kamu kuat dan hebat. Kamu berhak menjadi apapun yang kamu impikan!!!

## PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

### 1. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba <sup>ˁ</sup>	B	Be
ت	ta <sup>ˁ</sup>	T	Te
ث	Ša	Š	es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥ	H	ha (dengan garis dibawah)
خ	kha <sup>ˁ</sup>	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	ze (dengan titik diatas)
ر	ra <sup>ˁ</sup>	R	Rr
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	šad	S	es (dengan garis dibawah)
ض	d <sup>ˁ</sup> ad	D	de (dengan garis dibawah)
ط	ṭa	T	te (dengan garis dibawah)
ظ	Ža	Z	zet (dengan garis dibawah)
ع	„ain	„	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	fa <sup>ˁ</sup>	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	„el

م	Mim	M	„em
ن	Nun	N	„en
و	Waw	W	W
ه	ha <sup>ˁ</sup>	H	Ha
ء	Hamzah	„	Apostrof
ي	ya <sup>ˁ</sup>	Y	Ye

## 2. Konsonan Rangkap karena syaddah di tulis rangkap

عدة	Ditulis	‘iddah
-----	---------	--------

## 3. Ta’marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h

حكمة	ditulis	Hikmah	جزية	ditulis	jizyah
------	---------	--------	------	---------	--------

- a. Bila diikuti dengan kata sandang “al” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h

كرامة الأولياء	Ditulis	karâmah al-auliyâ
----------------	---------	-------------------

- b. Bila ta’marbutah hidup atau dengan harakat, *fatah* atau *kasrah* atau *dammah* ditulis dengan t

زكاة الفطر	Ditulis	zakât al-fiṭr
------------	---------	---------------

## 4. Vokal Pendek

( - )	Fatah	A
( ِ - )	Kasroh	I
( و )	Dhomah	U

## 5. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif	ditulis	a
	جاهلية	ditulis	Jâhiliyah
2.	Fathah + ya <sup>ˁ</sup> mati	ditulis	a
	تانس	ditulis	Tansa
3.	Kasrah + ya <sup>ˁ</sup> mati	ditulis	i
	كرين	ditulis	karîm

4.	Dammah + wawu mati	ditulis	u
	فروض	ditulis	Furūd

## 6. Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya' mati	ditulis	Ai
	بين	ditulis	Bainakum
2.	Fathah + wawu mati	ditulis	Au
	قول	ditulis	Qaul

## 7. Vokal pendek yang berurutan Dalam satu kata dipisahkan apostrof

أنتم	ditulis	a'antum
أعدت	ditulis	u'iddat

## 8. Kata sandang alif+lam

a. Bila diikuti huruf qomariyyah

القياس	ditulis	al-qiyâs
--------	---------	----------

b. Bila diikuti huruf samsiyah ditulis dengan menggunakan huruf syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf l (el)-nya

السواء	ditulis	as-samâ
--------	---------	---------

## 9. Penluisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya

ذوي الفروض	Ditulis	zawi al-furūd
------------	---------	---------------



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji syukur atas limpahan rahmat, ridho, serta karunia dari Allah SWT, merupakan perwujudan syukur paling sederhana dari seorang hamba yang telah dikabulkan doanya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto. Tak lupa sholawat serta salam penulis sanjungkan kepada kekasih langit dan bumi Nabi Agung Muhammad SAW yang telah mendidik manusia dari zaman yang diselimuti oleh kebodohan, ketakutan menuju zaman yang penung ketenangan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan dengan baik tanpa adanya doa, dukungan, bimbingan, arahan dan bantuan dari berbagai pihak baik secara moral maupun materil. Oleh karena itu dengan ketulusan hati dan penuh rasa syukur pada kesempatan ini penulis mempersembahkan skripsi ini dan mengucapkan terimakasih kepada:


1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., selaku Rektor UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto
2. Prof. Dr. H. Suwito, M.Ag., selaku Wakil Rektor I UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto
3. Prof. Dr. H. Sulkhan Chakim, M.Ag., selaku Wakil Rektor II UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto
4. Prof. Dr. H. Sunhaji, M.Ag., selaku Wakil Rektor III UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto
6. Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto
7. H. Sochimim, LC., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto
8. Ma'ruf Hidayat, M.H, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan pengetahuan, ilmu, bimbingan, arahan, motivasi, dan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

9. Segenap dosen, staff, tata usaha, dan civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Diri saya sendiri, terimakasih telah mampu bertahan, telah kuat menyelesaikan semuanya hingga akhir, yang terus berusaha, yakin dan tetap berjuang meskipun terkadang banyak hal yang rumit dan menggoyahkan mental.
11. Mbah Ao dan Om Tatang selaku pemilik Angkringan Mbah AO yang telah memberikan ijin dan bantuan dalam pelaksanaan penelitian.
12. Kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Supriyono dan Ibu Yatinah yang selalu memberikan dukungan serta motivasi baik dari segi moril maupun materil sehingga penulis diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menempuh pendidikan. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan kemuliaan.
13. Kakak Tersayang Mba Fitriani Nurul Khasanah yang selalu jadi tempat curhat saya, slalu memberikan semangat dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
14. Terima kasih Mas Muhammad Nur Alfianto yang sudah menjadi motivasi dan ambisi penulis untuk segera menyelesaikan skripsi ini hingga akhir penyelesaian. Terimakasih sudah menjadikan diri penulis menjadi orang yang bahagia dan lebih dewasa untuk melanjutkan perjalanan hidup.
15. Terima kasih kepada Afifah Putri Azzahra sahabat saya dari masa kecil hingga saat ini yang sudah menerima keluh kesah penulis dan slalu memberikan semangat, dukungan untuk dapat menyelesaikan skripsi ini. Dan semoga kita tetap menjadi sahabat untuk kedepannya.
16. Sahabat-sahabat penulis, terutama kepada Aina Dwi Wibowo dan Reres Agustin yang slalu menemani saya dan selalu memberikan semangat, motivasi untuk tetap menyelesaikan skripsi. Kemudian Novita Argiana Saputri, Zukhrufah Ash Shadiqoh, dan Reza Duwi. Terimakasih banyak atas kebaikan kalian dalam menerima, memotivasi merangkul, menguatkan dan menemani selalu dalam segala kehidupan.
17. Terima kasih penulis ucapkan kepada ibu uut, karina retu utami (uut) dan keluarga yang selalu menemani penulis dan slalu memberikan support semoga ibu dan keluarga selalu diberikan Kesehatan.

18. Terimakasih saya ucapkan kepada ibu kentang cantik yang selalu menyemangati saya dan slalu menanyakan bagaimana perkembangan proses saya. Terimakasih ibu telah menjadi teman cerita penulis semoga ibu sehat slalu dan jualannya selalu laris.
19. Keluarga besar DEMA FEBI Periode 2021 yang telah memberikan saya wadah untuk belajar berorganisasi.
20. Keluarga besar DEMA UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode 2022 yang telah memberikan saya banyak pengalaman.
21. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah C Angkatan 2019 yang kebersamai selama dibangku perkuliahan, para calon orang sukses di masa depan. Terimakasih telah bersedia menemani dan mendengarkan segala keluh kesah penulis dan terimakasih untuk semua nasehat, bimbingan, serta usahanya yang sering kali berhasil membangkitkan semangat penulis.
22. Semua pihak serta orang yang kenal dan mengenali penulis, mohon maaf tidak bisa penulis sebutkan satu persatu serta semua pembaca yang budiman, terimakasih telah membantu penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung. Semoga Allah SWT selalu memberikan pertolongan dalam setiap langkah kita meraih impian dan memberikan balasan yang terbaik.

Semoga Allah SWT memberikan karunia dan nikmat-Nya kepada kita semua. Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak sempurna dan masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis memohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sehingga skripsi ini dapat lebih baik. Semoga dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya

Purwokerto, 02 Januari 2023



Hana Hanifah  
NIM. 1917201264

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTO .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA.....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Operasional.....	6
C. Rumusan Masalah .....	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	9
E. Sistematika Pembahasan .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>12</b>
A. Manajemen Strategi .....	12
B. Strategi Pengembangan Produk.....	13
C. Analisis SWOT.....	20
D. Analisis SOAR.....	27
E. Perbedaan Analisis SWOT dan Analisis SOAR.....	29
F. Penelitian Terdahulu .....	30
G. Landasan Teologis .....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>41</b>
A. Jenis Penelitian.....	41



B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	41
C. Subjek dan Objek Penelitian .....	42
D. Sumber Data.....	43
E. Teknik Pengumpulan Data.....	43
F. Teknik Analisis Data.....	45
G. Teknik Keabsahan Data .....	46
<b>BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>48</b>
A. Gambaran Umum Tempat Penelitian.....	48
B. Hasil Analisis SWOT dan Analisis SOAR .....	53
C. Pembahasan Strategi Pengembangan Produk Usaha Yang Di Terapkan Angkirngan Mbah Ao .....	59
D. Penerapan Analisis SWOT dan Analisis SOAR Sebagai Strategi Pengembangan Produk Usaha Angkirngan Mbah Ao .....	61
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>72</b>
A. Kesimpulan.....	72
B. Saran .....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>70</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matriks SWOT .....	26
Tabel 2.2 Matriks SOAR.....	29
Tabel 2.3 Perbedaan Mendasar SWOT dan SOAR.....	30
Tabel 2.4 Kajian Pustaka.....	34
Tabel 3.1 Subjek Penelitian.....	42
Table 4.1 Pendapatan Angkringan Mbah Ao .....	49
Table 4.2 Daftar Harga Produk Angkringan Mbah Ao.....	52
Tabel 4.3 Karakteristik Informan .....	59
Tabel 4.4 Matriks Analisis SWOT Angkringan Mbah Ao.....	65
Tabel 4.5 Matriks Analisis SOAR Angkringan Mbah Ao .....	70



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Angkringan Mbah Ao .....	49
Gambar 4.2 Struktur Organisasi .....	50
Gambar 4.3 Menu Angkringan Mbah Ao .....	51



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Usaha menengah kecil memegang peran yang besar jika dikaitkan menggunakan problem atau persoalan ekonomi serta sosial dalam negeri seperti tingkat kemiskinan di tahun 2023 sebesar 9,36% yakni 25,90 juta orang, serta besarnya jumlah pengangguran di Indonesia pada tahun 2023 mencapai 7,99 juta. Negara Indonesia merupakan salah satu penduduknya yang bermata pencarian dengan membuka usaha baik usaha sandang, pangan ataupun papan. Dengan membuka usaha tersebut maka pengusaha harus menghadapi persaingan bisnis di dunia usaha. Semakin meningkatnya persaingan usaha, oleh karena itu banyak sekali perusahaan yang harus berusaha keras untuk bersaing di pasar global dengan harapan agar mencapai tujuan yang telah mereka tetapkan, sehingga mereka dapat mengungguli usaha tersebut. Dengan demikian, suatu perusahaan sangat memerlukan perencanaan bisnis yang akurat sehingga bisa memusatkan perhatian posisi pada usaha, dan dapat mengetahui akan dibawa kearah mana usaha tersebut berkembang.

Perkembangan produk usaha dan penemuan merupakan suatu hal yang sangat diharapkan bagi perusahaan. Dengan adanya para pesaing sebagai salah satu alasan perusahaan dibangun. Maka dari itu, proses ini sangat penting agar perusahaan memiliki produk yang tidak sama dengan pesaing lainnya dan mempunyai keunikan yang menonjol. Sehingga membuat para konsumen tertarik dengan produk usaha tersebut (Hidayati Fauziah Pasaribu, 2018). Dalam melakukan suatu usaha sangat penting bagi pebisnis mengetahui apa saja strategi-startegi yang sempurna untuk digunakan dalam melakukan usaha itu sendiri. Aktivitas pebisnis melalui penyediaan produk dan jasa bertujuan untuk menghasilkan keuntungan (laba). Suatu perusahaan dikatakan menghasilkan laba bila total penerimaan pada suatu periode (total pendapatan) lebih besar dari total biaya (total biaya) pada periode yang sama.

Ruang lingkup dunia usaha merupakan salah satu faktor yang berpengaruh dalam menjalankan usaha, baik berasal segi internal perusahaan juga eksternal



perusahaan. Perubahan positif dalam lingkungan memberikan dukungan bagi kelancaran usaha, sementara perubahan negatif dalam lingkungan dapat mengganggu kelangsungan aktivitas usaha. Oleh karena itu, perusahaan perlu menganalisis perubahan lingkungan yang terjadi disekitar (Pricilla M, Silcyljeova M, Sjendry S.R, 2019).

Menurut Kotler dan Amstrong (2008:70) pengembangan suatu produk usaha merupakan strategi bertumbuh perusahaan yang melibatkan inovatif atau menciptakan produk baru untuk segmen pasar. Konsep pengembangan produk ini berfokus pada transformasi ide produk ke dalam bentuk fisik yang dapat diproduksi secara efisien. Fokus utama kedalam pengembangan produk dengan menciptakan berbagai ide baru yang akan digunakan menjadi produk baru. Tujuan utama pengembangan produk memberikan pelayanan yang terbaik, memuaskan para konsumen, dan meningkatkan pendapatan usaha. Dalam proses pengembangan produk diperlukan strategi untuk menghasilkan produk yang mempunyai daya saing tinggi atau dengan nama lain produk terlaris sehingga banyak diminati para konsumen.

Pengembangan suatu produk dilakukan agar pelaku usaha dapat menarik minat beli pada konsumen melalui produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Banyak usaha kuliner tradisional yang sudah sejak lama ada di Purwokerto dan berasal dari berbagai daerah, diantaranya Soto Lamongan, Soto Boyolali, Soto Betawi, Warung Tegal (Warteg), Sate Padang, Sate Madura dan lain sebagainya. Namun, beberapa akhir pekan ini usaha kuliner informal yang sedang berkembang dengan pesat yang tidak hanya digemari oleh kalangan remaja saja tetapi hamper seluruh kalangan sangat gemar dengan kuliner tersebut yakni “angkringan” atau yang lebih terkenal dengan sebutan “nasi kucing”. Angkringan merupakan kaki lima makanan khas dari Yogyakarta. Tempat seperti ini sangat banyak ditemui di pulau jawa salah satunya di Jawa Tengah yakni Purwokerto. Seperti yang kita ketahui masyarakat jawa merupakan penduduk yang paling banyak melakukan urbanisasi. Dengan melihat peluang usaha angkringan nasi kucing ini memiliki prospek untuk ke depannya akan

bagus serta dapat dijadikan alternatif pekerjaan bagi mereka masyarakat jawa yang melakukan urbanisasi.

Angkringan ialah gerobak penjual nasi kucing, yang namanya sangat unik namun tidak ada kaitanya dengan hewan kucing. Nasi kucing ini merupakan perumpamaan nasi yang dijual hanya sekepal lalu ditambahi dengan oseng ikan teri ataupun ikan tongkol didalamnya dan biasanya ditemani dengan wedang jahe ataupun kopi serta teh anget. Nasi kucing ini telah menjadi salah satu kuliner legend karena memiliki harga yang sangat terjangkau, tempat penjualanya yang unik, dan waktu beroperasinya dimulai dari sore hari hingga dini hari. Suasana hangat di angkringan menciptakan pengalaman yang membuat para pengunjung ingin kembali. Meskipun fasilitasnya sangat amat sederhana, namun interaksi didalamnya sangat berbeda. Pengunjung merasa bahwa saat berada didalam angkringan semua orang bersatu dan tidak ada yang sibuk dengan gadget masing-masing yang biasanya terjadi di restoran modern (Risyda Azizah, 2015).

Pentingnya pengembangan produk yang diterapkan oleh Angkringan Mbah Ao tidak dapat diabaikan dalam upaya bersaing dengan para pesaing. Dalam menghadapi kompetisi, penting untuk tetap menjadi inovatif dengan terus-menerus mengembangkan produk. Terdapat berbagai cara untuk menjalankan usaha dengan lebih maju, seperti menambahkan pilihan menu yang berkualitas dan lezat, meningkatkan presentasi penyajian, dan menjaga harga agar tetap terjangkau, sehingga dapat bersaing efektif dengan angkringan lainnya.

Pengembangan bisnis dilakukan dengan tujuan mencapai keuntungan maksimal melalui pencapaian target penjualan yang telah direncanakan. Keuntungan maksimal ini secara signifikan mendukung pelaku bisnis dalam upaya memperluas dan mengembangkan usahanya. Jika terjadi sebuah peningkatan penjualan karena banyaknya pengunjung yang datang, maka usaha tersebut dinilai dapat mengembangkan usahanya dan dapat memuaskan pengunjung dengan mencapai atau melampaui target (Leli Farida, 2018).

Persaingan yang tinggi mendorong pentingnya pengembangan bisnis untuk perusahaan, terlepas dari bidang usaha mana pun usaha tersebut bergerak,

karena sering kali terdapat banyak bisnis dengan aktivitas yang serupa atau bahkan indentik. Oleh karena itu, pemilik bisnis harus mempertimbangkan berbagai strategi untuk menjaga keberlanjutan bisnis, seperti menambahkan produk atau menciptakan menu populer, sehingga perusahaan bisa menarik perhatian konsumen. Hal ini dilakukan agar pengusaha mampu mempertahankan usahanya dan bersaing dengan kompetitor lainnya (Dyah Ayu Lestari, 2019).

Berbisnis di bidang makanan dan minuman pasti mempunyai kecenderungan pertumbuhan yang terus meningkat, baik dalam jumlah kuantitas maupun kualitasnya. Bukti tersebut disebabkan oleh kenyataan bahwa makanan adalah kebutuhan pokok dasar manusia. Prinsip ini sesuai dengan teori A.A Maslow yang dikutip oleh (Murdanis, 1997:9), yang menunjukkan bahwa sandang, pangan dan papan adalah kebutuhan dasar manusia, dan peningkatan dalam kebutuhan dasar ini berdampak pada peningkatan simpanan makanan. Hal ini sejalan dengan prinsip hukum penawaran dan permintaan, karena produksi di sektor pangan terus berkembang dan meningkat dari waktu ke waktu (Jannah Alfi, 2015).

Analisis SWOT dan analisis SOAR merupakan sebuah alat analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang dapat membantu mengetahui kekuatan dan kelemahan internal perusahaan, serta peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal. Dengan bertujuan untuk memberikan pemahaman dan wawasan yang lebih mendalam kepada para pengusaha tentang peluang pengembangan bisnis yang berpotensi. Analisis SWOT dan analisis SOAR merupakan metode evaluasi bisnis yang digunakan untuk menentukan strategi yang paling sesuai untuk pengembangan produk atau usaha di masa depan.

Untuk menggambarkan kondisi di dalam Angkringan Mbah Ao, kita dapat menganalisis aspek positif dan negatifnya. Faktor internal Angkringan mbah Ao dapat mencakup aspek keunggulan perusahaan dan kelemahan perusahaan. Dalam hal keunggulan, konsumen dapat menilai apakah perusahaan memiliki produk yang berkualitas, harga yang terjangkau bagi konsumen, serta struktur perusahaan yang efisien. Sementara dalam hal kelemahan, dapat dilihat bahwa

lapak Angkringan Mbah Ao terlalu sempit, dan parkitan motor yang terlalu dekat dengan jalan sehingga mengganggu pengguna jalan. Dalam Islam bukan merupakan suatu larangan bila umatnya mempunyai rencana atau keinginan untuk berhasil dalam usahanya, namun harus sesuai dengan syariat dan tidak bertentangan ajaran dalam syariat islam. Sebagaimana firman Allah dalam surat Q.S. An-Najm ayat 24-25 :

﴿أَمْ لَأَعْيُنُهُمْ الْغُورُ ﴿٢٤﴾ وَأَلْهَاهُمْ الْوَالِدُونَ ﴿٢٥﴾﴾

Artinya: *“Atau apakah manusia akan mendapatkan segala yang di cita-citakannya?” (Tidak) Maka milik Allah lah kehidupan akhirat dan kehidupan dunia”* (Q.S. An-Najm 24-25).

Dalam ayat diatas sudah sangat dijelaskan bahwa umat islam dianjurkan untuk membangun usaha dengan suatu rencana untuk mencapai suatu keberhasilan dalam berusaha. Dengan bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan pengusaha terkait pengembangan usaha. Ini merupakan bagian integral dari perencanaan pemasaran. Oleh karena itu, setiap pengusaha, baik yang berskala kecil maupun berskala besar, harus memiliki kemampuan untuk menyusun rencana pemasaran sebelum melanjutkan pengembangan bisnisnya. Keberhasilan suatu perusahaan dalam menerapkan strategi pengembangannya dapat diukur dari tingkat kepuasan pelanggan. Semakin banyak pelanggan yang merasa puas dengan produknya maka semakin pula keberhasilan strategi yang diterapkan oleh pengusaha. Sehingga dengan keberhasilan strategi yang dicapai maka memiliki peluang untuk meningkatkan pendapatan (*laba*) usaha (Ulfah Hidayati, 2018) .

Jika dilihat dari salah satu aspek yang paling rumit dalam mengembangkan produk suatu usaha dengan pendekatan SWOT dan SOAR adalah proses pencocokan antara faktor-faktor internal dan eksternal. Hal ini sangat memerlukan penilaian yang teliti dan hingga saat ini belum ada panduan yang pasti untuk mengatasi hal ini. Metode SWOT dan SOAR sering digunakan untuk menganalisis lingkungan karena kesederhanaanya dalam merumuskan strategi-strategi.



Tujuan utama dari pendekatan ini adalah untuk meningkatkan pemahaman dan wawasan pengusaha terkait pengembangan produk usaha yang fektif. Perlu diingat bahwa strategi pengembangan produk usaha melibatkan interaksi yang beruoya mencapai tujuan pengembangan produk usaha melibatkan interaksi yang berupaya mencapai tujuan pengembangan produk yang telah ditentukan, dengan harapan dapat meningkatkan penjualan saat ini dan mencapai keberhasilan yang diinginkan.

Dengan memahami pertimbangannya mengalisis SWOT dan SOAR sebagai langkah dalam mengembangkan suatu produk bisnis maka peneliti termotivasi untuk melaksanakan penelitian yang berjudul **“Penerapan Analisis SWOT dan Analisis SOAR Sebagai Strategi Pengembangan Produk Usaha Angkringan Mbah Ao Tanjung Purwokerto Selatan”** dengan alasan bahwa melalui penerapan strategi pengembangan dalam penjualan, pedapatan dapat ditingkatkan.

## **B. Definisi Operasional**

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam pengertian judul penelitian ini, maka penulis perlu memberikan penegasan dari istilah-istilah yang digunakan dalam judul penelitian ini. Adapun definisi operasional sebagai berikut:

### **1. Strategi**

Rencana atau langkah-langkah yang direncanakan dan dijalankan dengan tujuan mencapai tujuan tertentu dalam suatu konteks atau situasi. Hal ini melibatkan pemilihan tindakan-tindakan yang disusun secara sistematis untuk mencapai hasil yang diinginkan. Strategi dapat digunakan dalam berbagai bidang termasuk bisnis, militer, politik, dan kehidupan sehari-hari.

Dalam konteks bisnis, strategi bisnis adalah rencana yang dirancang untuk mencapai tujuan bisnis jangka Panjang seperti pertumbuhan pendapatan, keunggulan kompetitif, atau ekspansi ke pasar baru. Yang melibatkan pemilihan sumber daya, tindakan, dan keputusan yang akan mengarah pada pencapaian tujuan tersebut.

### **2. Strategi Pengembangan Produk**



Strategi pengembangan produk merupakan suatu rencana atau pendekatan yang dirancang untuk meningkatkan atau mengembangkan profuk layanan yang sudah ada atau menciptakan produk atau layanan baru dengan tujuan mencapai tujuan bisnis tertentu. Tujuan dari strategi pengembangan produk adalah untuk meningkatkan nilai produk, memenuhi kebutuhan pelanggan, dan mencapai hasil bisnis lainnya.

Strategi pengembangan produk melibatkan langkah-langkah seperti penelitian pasar, analisis kompetitif, perencanaan inovasi, pengembangan prototipe, uji coba produk, pemasaran, dan pengembangan lintas fungsional. Hal ini juga melibatkan penentuan sumber daya yang diperlukan seperti alokasi anggaran dan jadwal pelaksanaan.

### 3. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah sebuah singkatan dari S adalah *Strength* atau kekuatan, W adalah *Weakness* atau kelemahan, O adalah *Opportunity* atau kesempatan, dan T adalah *Threat* atau ancaman. Melalui analisis SWOT akan didapatkan karakteristik dari kekuatan utama, kekuatan tambahan, faktor-faktor internal, kelemahan utama, dan kelemahan tambahan dengan merinci aspek-aspek internal dan aspek-aspek eksternal yang dianalisis dalam lingkungan. (Andries Frederick Reginald, 2017). Definsi analisis SWOT yang lainnya yaitu berfokus pada deskripsi situasi dan kondisi tertentu. Analisa ini menggambarkan situasi dan kondisi sebagai elemen masukan, dan kemudian mengelompokkannya berdasarkan konstribusinya masing-masing. Hal yang paling penting untuk ditekankan adalah suatu Lembaga dalam proses perencanaanya yang memerlukan penilaian terhadap kondisi saat ini dan prospek masa depan yang mempengaruhi proses pencapaian tujuan suatu Lembaga (Marimin, 2004).

Matriks SWOT merupakan sebuah intrumen yang digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor strategis perusahaan. Alat ini dapat dengan jelas menggambarkan peluang dan ancaman eksternal yang ada. Hasil dari matriks ini adalah tempat alternative yang mungkin, bisa ditemukan dalam ilustrasi berikutnya. Matrik SWOT sebagai alat pencocokan yang

mengembangkan empat tipe strategi yaitu SO, WO, ST dan WT (Tamara, Angelica, 2016). Strategi bersaing bisnis strategi yang merujuk pada rencana atau langkah-langkah yang akan diambil oleh sebuah organisasi untuk mengarahkan upayanya dalam mencapai visi melalui berbagai aktivitas yang berbeda atau melalui pendelatan yang beragam.

#### **4. Analisis SOAR**

Analisis SOAR adalah pendekatan yang digunakan untuk memahami dan mengevaluasi potensi positif suatu organisasi, individu, atau proyek. Singkatan “SOAR” dalam analisis SOAR merujuk pada *Strength* (Kekuatan), *Opportunities* (Peluang), *Aspirations* (Aspirasi) dan *Result* (Hasil). Tujuan dari Analisis SOAR adalah fokus pada elemen positif dan potensi pengembangan dari pada hanya meninali masalah dan kelemahan.

Analisi SOAR memberikan pandangan yang lebih positif dan proaktif terhadap evaluasi situasi daripada metode tradisional yang sering kali lebih berfokus pada masalah dan kelemahan. Dan dapat membantu organisasi atau individu untuk mengembangkan rencana strategis yang lebih berorientasi pada pertumbuhan dan pemanfaatan potensi positif yang ada.

#### **5. Perbedaan Analisis SWOT dan Analisis SOAR**

Analisis SWOT dan Analisis SOAR merupakan peran penting bagi perusahaan atau pembisnis, dari kedua pendekatan yang berbeda untuk mengevaluasi situasi organisasi atau individu. Analisis SWOT berfokus pada faktor internal dan eksternal yang mencakup kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Hal ini mencakup evaluasi yang komprehensif dari elemen-elemen ini untuk menyusun strategi bisnis yang baik. Sedangkan analisis SOAR berfokus pada positif dan potensi pengembangan, yang mencakup kekuatan, peluang, aspirasi, dan hasil yang lebih menekankan pada aspek-aspek yang baik dan aspirasi untuk mencapai hasil yang positif.

Dari kedua analisis tersebut memiliki tujuan yang berbeda. Tujuan dari Analisis SWOT adalah untuk mengidentifikasi masalah dan risiko yang perlu diatasi untuk menghasilkan strategi bisnis yang lebih baik. Sedangkan tujuan

dari Analisis SOAR adalah untuk mengeksplorasi potensi positif dan pengembangan strategi yang lebih positif.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi pengembangan produk usaha yang diterapkan Angkringan Mbah Ao di Tanjung Purwokerto Selatan saat ini berdasarkan faktor internal dan eksternal?
2. Bagaimana tinjauan strategi pengembangan produk usaha dengan Analisis SWOT bagi Angkringan Mbah Ao di Tanjung Purwokerto Selatan?
3. Bagaimana tinjauan strategi pengembangan produk usaha dengan Analisis SOAR bagi Angkringan Mbah Ao di Tanjung Purwokerto Selatan?

### **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1. Tujuan Penelitian:**

- a. Untuk mengetahui pengembangan produk usaha serta menganalisis kondisi lingkungan internal dan eksternal saat ini dari usaha Angkringan Mbah Ao.
- b. Untuk mengetahui penerapan analisis SWOT terhadap pengembangan produk usaha Angkringan Mbah Ao.
- c. Untuk mengetahui penerapan analisis SOAR terhadap pengembangan produk usaha Angkringan Mbah Ao.

#### **2. Manfaat Penelitian:**

Dari penelitian yang dilakukan diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoristis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya serta memperkaya bahan pustaka di UIN Prof K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto. Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan keilmuan bagi para pembaca mengenai penerapan analisis SWOT dan Analisis SOAR sebagai strategi pengembangan produk usaha Angkringan Mbah Ao di Purwokerto.

## b. Manfaat Praktis

### 1) Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan menjadi sarana bagi peneliti untuk penerapan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh dan sebagai bahan data penelitian selanjutnya.

### 2) Bagi Pengusaha Angkringan Mbah Ao

Sebagai bahan evaluasi untuk mampu membangun kesadaran pengusaha terhadap pentingnya menumbuhkan kreatifitas dalam berwirausaha yang menghasilkan produk-produk yang bisa dikembangkan dan mempertahankan usaha Angkringan yang kini semakin banyak bermunculan.

### 3) Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Penelitian ini diharapkan menambah pengetahuan dibidang ekonomi, dan berguna bagi pustka dan khususnya pada usaha Angkringan.

## E. Sistematika Pembahasan

Pembahasan dalam proposal penelitian ini terdiri dari lima bab, dimana pada setiap bab membahas masalahnya masing-masing, namun masih berkaitan antara satu dengan yang lain. Adapun sistematika pembahasan sebagai berikut:

### BAB I : Pendahuluan

Pada bab ini berisi tentang judul, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, sistematika pembahasan

### BAB II : Landasan Teori

Bab ini menjelaskan mengenai teori yang melandasi penelitian sebagai acuan dalam melakukan analisis terhadap permasalahan.

### BAB III : Metodologi Penelitian

Bab ini menjelaskan mengenai ruang lingkup penelitian, data dan sumber data, metode pengumpulan data, dan analisis yang digunakan dalam penelitian.

**BAB IV : Hasil dan Pembahasan**

Pada bab ini berisi gambaran umum dari subjek penelitian, serta hasil penelitian yang dilakukan.

**BAB V : Penutup**

Bab ini akan disajikan kesimpulan dan saran-saran yang merupakan rangkaian dari keseluruhan hasil penelitian secara singkat.

Kemudian pada bagian akhir peneliti mencantumkan daftar Pustaka yang menjadi referensi dalam penulisan skripsi ini beserta lampiran-lampiran dan daftar riwayat.





## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Manajemen Strategi**

##### **1. Konsep Manajemen Strategi**

Manajemen strategis berasal dari pemahaman yang kuat oleh organisasi terhadap tujuan misi, visi masa depan yang diharapkan, dan nilai-nilai yang akan menjadi panduan untuk tindakannya. Proses ini mewajibkan keseriusan dalam merencanakan strategi, yang merupakan elemen integral dalam manajemen bisnis yang melibatkan kemampuan organisasi dalam menetapkan sasaran baik jangka pendek maupun jangka Panjang. Rencana strategi juga mencakup pengambilan keputusan strategis dengan kegiatan yang diperlukan, dan alokasi sumber daya yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut (Sulasih dan Sulaiman, 2020).

Menurut marrus, strategi dapat didefinisikan sebagai proses perencanaan oleh pemimpin tingkat tertinggi yang fokus pada pencapaian tujuan jangka Panjang organisasi, yang mencakup perumusan langkah-langkah dan upaya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Dalam perjalanan mencapai tujuan ini, setiap perusahaan selalu dihadapkan pada perubahan konstan dalam lingkungan sekitarnya (Nadhiroh, Alimatun, 2019). Oleh karena itu, perusahaan perlu memiliki sensitivitas terhadap perubahan lingkungan dan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan tersebut.

##### **2. Jenis-jenis Strategi**

Menurut Sarabiah berikut ini adalah jenis-jenis strategi yang dapat digunakan perusahaan:

###### **a. Strategi Integrasi**

Strategi ini adalah pendekatan yang diterapkan oleh perusahaan dengan meningkatkan pengawasan dan control terhadap distributor, pemasok serta pesaingnya.

###### **b. Strategi Intensif**

Strategi ini merupakan upaya intensif untuk meningkatkan posisi persaingan perusahaan melalui peningkatan produk yang sudah ada.

c. Strategi Diversifikasi

Yang dimaksud dengan strategi ini adalah untuk menambah suatu produk baru pada bisnis yang sudah ada atau memulai usaha yang baru dengan konsep yang sama untuk meningkatkan keuntungan/laba perusahaan.

d. Strategi Divensi

Strategi ini dimaksudkan agar perusahaan melakukan tindakan-tindakan penyalamatan agar terlepas dari kerugian yang besar yang pada akhirnya mengalami kebangkrutan.

e. Strategi Umum M. Porter

Porter menyatakan bahwa untuk membantu organisasi memperoleh keunggulan kompetitif dimana mereka dapat mengadopsi tiga prinsip strategi umum sebagai landasannya yaitu:

1) Strategi Keunggulan Biaya

Strategi yang fokus pada produksi produk standar dengan biaya per unit yang sangat murah untuk konsumen yang sangat sensitif terhadap fluktuasi atau perubahan harga. Dalam penerapannya, strategi keunggulan biaya harus digabungkan dengan diferensiasi.

2) Strategi Diferensiasi

Merupakan strategi yang bertujuan untuk menciptakan produk atau layanan yang dianggap unik dan ditujukan kepada konsumen yang relative tidak terlalu memperhatikan perubahan harga yang diterapkan oleh perusahaan.

3) Strategi Fokus

Strategi adalah strategi yang menekankan pada produksi produk dan penyediaan layanan yang mengakomodasikan kebutuhan kelompok konsumen yang relatif kecil. Organisasi yang menerapkan strategi ini dapat fokus pada kelompok pelanggan, pasar geografis, dan segmen tertentu untuk produk tertentu.

## **B. Strategi Pengembangan Produk**

### **1. Pengertian Pengembangan Produk**

Pengembangan produk (product development) adalah sebuah strategi yang berupaya meningkatkan penjualan dengan memperbaiki atau memodifikasi produk dan layanan yang sudah ada. Produk merupakan elemen kunci dalam penawaran pasar secara keseluruhan, perencanaan gabungan pemasaran dimuali dengan perumusan penawaran yang memerikan niali kepada pelanggan. Menurut Kotler dan Amstrong (2008:07) pengembangan produk merupakan strategi untuk memacu pertumbuhan perusahaan dengan menghadirkan variab produk yang sudah dimodifikasikan atau produk baru kepada segmen pasar yang sesuai. Melalui proses pengembangan konsep produk, produk tersebut dapat diubah secara efisien menjadi produk yang dapat dihasilkan. Dalam pengembangan produk, perlu diterapkan strategi yang dapat membuat produk tersebut bersaing dengan baik di pasar dan diminati oleh banyaknya konsumen. Tujuan utama dari pengembangan produk adalah untuk memikat minat pembeli denga produk yang sesuai dengan dan kebutuhan mereka (Nikmah, Khusniatul, 2019).

Pengembangan produk dilakukan agar usaha yang ada mampu menarik minat beli konsumen melalui produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan. Berdasarkan kamus besar Bahasa Indonesia, pembangunan adlalah suatu proses atau metode untuk menjalankan pembangunan. Sementara itu, menurut Dunhan, pembangunan adalah usaha terstruktur yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat, terutama dalam memajukan kemandirian komunitas pedesaan, walaupun ini melibatkan dukungan dari pemerintahan dan organisasi sukarela (Haryanto, 2014).

Salah satu metode untuk perusahaan mengembangkan produknya adalah melalui stratgei pengembangan produk dan dua pendekatan strategi yang cocok untuk digunakan adalah sebagai berikut (Farah N, Tita Resti S, Afni Melati S, dan Edita Rahman K, 2023):

a. Strategi Proaktif

Strategi adalah strategi pengembangan produk yang dilakukan untuk mengantisipasi kondisi masa depan. Perencanaan kapasitas produksi harus dilakukan terus-menerus sesuai dengan perkembangan bisnis. Strategi ini

difokuskan pada upaya perusahaan untuk mengantisipasi potensi masalah yang dapat muncul di masa mendatang, dengan perencanaan antisipai yang telah disiapkan dari jauh-jauh hari.

b. Strategi Reaktif

Strategi pengembangan produk yang diimplementasikan sebagai respon terhadap kondisi pasar atau pesaing. Ketika perusahaan merespon situasi dan tren yang telah terjadi serta mengambil tindakan yang memengaruhi bisnis setelah situasi dan tren tersebut terjadi (Nurlida Wadiah, 2013).

## 2. Tahapan Pengembangan Produk

Proses tahapan pengembangan produk ini melibatkan serangkaian langkah-langkah dalam pengembangan produk sebagai berikut:

a. Kualitas Produk

Kualitas produk (product quality) adalah salah satu aspek kunci dalam menentukan posisi pemasaran produk. Kualitas produk memiliki dampak langsung pada kinerja produk atau layanan, sehingga berkaitan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan. Secara sederhana kualitas dapat diartikan sebagai tingkat ketiadaan cacat. Selain tingkat kualitas, tingkat kualitas yang tinggi juga mencakup konsistensi kualitas yang konsisten. Oleh karena itu, kualitas produk juga mencakup jaminan kualitas.

b. Fitur Produk

Perusahaan dapat meningkatkan nilai produk dengan menambahkan lebih banyak fitur. Fitur merupakan alat persaingan yang efektif dalam membedakan produk perusahaan dari produk pesaing. Menjadi produsen dalam memperkenalkan fitur baru yang bernilai adalah salah satu cara yang sangat efisien untuk bersaing.

c. Gaya dan Desain Produk

Cara lain untuk meningkatkan nilai bagi pelanggan adalah melalui elemen gaya dan desain produk yang unik. Desain mencakup lebih dari sekedar tampilan produk. Gaya hanya mencakup penampilan produk itu sendiri. Gaya bisa membuat produk menarik atau sebaliknya. Gaya yang

menarik bisa menangkap perhatian pelanggan dan menghasilkan kesan positif.

d. Penyaringan Ide dan Evaluasi

Evaluasi ide adalah elemen penting dalam proses perencanaan produk baru. Dalam rangka melakukan evaluasi ide ini diperlukan suatu prosedur penyaringan dalam penilaian yang akan mengeliminasi ide-ide yang kurang menjanjikan. Tujuannya adalah untuk menyingkirkan ide-ide-ide yang kurang baik sebelum menghabiskan banyak waktu dan sumber daya yang diperlukan.

e. Pengujian Produk dan Pasar

Pengujian produk merupakan kelanjutan dari proses pengembangan produk. Tahap pengujian produk mencakup hal-hal berikut:

- 1) Uji konsep produk.
- 2) Uji desain produk.
- 3) Uji preferensi konsumen terhadap produk.
- 4) Uji laboratorium terhadap produk.
- 5) Uji operasional dan pengujian penggunaan produk.

f. Pengembangan Strategi Pemasaran

Tujuan dari pengembangan strategi pemasaran ini adalah untuk memperbaiki rencana yang akan digunakan pada tahap berikutnya, yaitu cara memasarkan produk baru ke pasar. Dalam tahap ini perlu merumuskan rencana strategi pemasaran, dan sebelumnya strategi pemasaran harus disaring dan dipilih dengan cermat.

### 3. Tujuan Pengembangan Produk

Tujuan dari pengembangan produk baru adalah untuk memberikan nilai maksimal kepada konsumen yang bersaing dengan inovasi produk dan memodifikasi produk sehingga memiliki nilai yang tinggi dalam aspek seperti desain, warna, ukuran, kemasan, merek dan lainnya. Menurut Kotler dan Keller (2006), tujuan umum dari pengembangan produk baru adalah:



- a. Memenuhi kebutuhan baru dan memperkuat citra perusahaan sebagai inovator dengan menghadirkan produk yang lebih baru daripada produk sebelumnya.
- b. Mempertahankan daya saing terhadap produk yang sudah ada dengan menawarkan produk yang memberikan jenis kepuasan yang baru. Bentuknya bisa berupa perluasan produk yang ada atau revisi produk yang sudah ada.

#### **4. Manfaat Pengembangan Produk**

Pengembangan produk atau meningkatkan produk yang ada, perusahaan dapat mempertahankan atau meningkatkan daya saing di pasar. Berikut beberapa manfaat dari pengembangan produk yaitu:

- a. Peningkatan daya saing dengan produk yang inovatif dan menarik dapat membantu perusahaan bersaing lebih baik dengan pesaingnya.
- b. Pemenuhan kebutuhan pelanggan sebagai sarana penting bagi pengusaha. Produk yang dikembangkan dengan baik dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Hal ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan membangun loyalitas pelanggan.
- c. Peningkatan pendapatan yang dilakukan dengan produk baru atau yang telah ditingkatkan dapat membantu perusahaan meningkatkan pendapatan, terutama jika produk tersebut memenuhi pasar yang belum tersentuh sebelumnya atau memperluas pangsa pasar yang sudah ada.
- d. Keuntungan finansial dengan produk yang berhasil dapat memberikan keuntungan finansial jangka Panjang kepada perusahaan. Produk yang terjual dengan baik dapat memberikan pendapatan tambahan yang signifikan.
- e. Pengurangan resiko dengan berinvestasi dalam pengembangan produk, perusahaan dapat mengurangi resiko kejenuhan pasar dan menjadi lebih tangguh terhadap perubahan dalam lingkungan bisnis (Ralahallo, B, 2021).

#### **5. Bentuk-Bentuk Pengembangan Produk**

Ada tiga jenis pengembangan produk yang perlu ditekankan oleh perusahaan, sebagaimana dijelaskan oleh prawiwamidjaya (1994), yaitu:

a. Pengembangan Awal (*Initial Development*)

Merupakan upaya untuk meningkatkan penggunaan barang sehingga mencapai tingkat penggunaan yang lebih tinggi daripada sebelumnya.

b. Pengembangan Perbaikan (*Improvement Development*)

Perbaikan ini melibatkan perubahan pada barang yang menghasilkan barang yang lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen atau menciptakan perubahan pada tampilan atau bentuk barang yang lebih disukai oleh konsumen.

c. Penerapan Penggunaan Baru (*New Use Application*)

Terkait dengan cara baru untuk menggunakan barang, dengan cara meningkatkan pemanfaatan barang tersebut. Penggunaan barang dalam berbagai variasi adalah karakteristik penting dalam pengembangan produk.

Dengan demikian, perusahaan perlu mempertimbangkan tiga jenis pengembangan produk ini untuk meningkatkan nilai produk mereka dan memenuhi kebutuhan konsumen.

## 6. Faktor Pengembangan dan Faktor Penghambat dalam Melakukan Pengembangan Produk

a. Faktor Pendukung

Terdapat beberapa faktor yang mendorong perusahaan untuk terlibat dalam pengembangan produk, dan penting untuk mempertimbangkan faktor-faktor ini agar dapat berhasil dalam upaya pengembangan produk. Menurut Stanton (1996), - faktor-faktor pendorong atau pendukung pengembangan produk mencakup hal berikut (Subhan, A., 2018):

1) Kemajuan Teknologi

Pesatnya kemajuan teknologi menciptakan peluang untuk memanfaatkan alat produksi baru dalam usaha perusahaan untuk menciptakan dan meningkatkan produk. Sehingga dapat meningkatkan kualitas produk dan kapasitas produksi.

2) Perubahan Preferensi Konsumen

Perubahan dalam preferensi konsumen dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti pendapatan, pertumbuhan populasi, tingkat Pendidikan, dan tingkat kesetiaan konsumen terhadap produk tertentu.

### 3) Persaingan yang Intensif

Adanya persaingan yang kuat antara perusahaan yang mengembangkan produk mendorong perusahaan untuk terus mengembangkan produk agar dapat bersaing dengan pesaing dalam hal volume produksi.

### 4) Siklus Hidup Produk yang Berlebihan

Dengan meningkatkan kapasitas mesin yang dimiliki, perusahaan dapat memanfaatkan kapasitas tersebut dengan cara meningkatkan produksi.

### 5) Siklus Hidup Produk yang Pendek

Adanya siklus hidup produk yang pendek mendorong perusahaan untuk terus mengembangkan produknya sehingga konsumen tidak merasa bosan dengan produk yang diproduksi.

### 6) Keinginan untuk Meningkatkan Profit

Perusahaan memiliki dorongan untuk memperkuat posisi produknya di pasar dan memperluas pangsa pasarnya dengan tujuan meningkatkan laba.

## b. Faktor Penghambat

Menurut Kotler dan Keller (2008), ada beberapa faktor yang menjadi hambatan dalam proses pengembangan produk sebagai berikut:

- 1) Keterbatasan ide mengenai produk baru yang signifikan dalam bidang tertentu. Dalam beberapa kasus sangat sulit menemukan cara untuk memperbaiki produk dasar yang sudah ada.
- 2) Persaingan sengit yang menyebabkan pasar terbagi-bagi. Hal ini memaksa perusahaan untuk mengarahkan produk baru mereka ke segmen pasar yang lebih kecil yang berarti penjualan dan laba yang lebih rendah untuk setiap produk.

- 3) Kendala sosial dan peraturan pemerintah. Produk baru harus memenuhi berbagai kriteria termasuk keamanan konsumen dan dampak lingkungan yang dapat menjadi sebuah tantangan dalam pengembangan produk.
- 4) Biaya tinggi yang terkait dengan pengembangan produk baru.
- 5) Keterbatasan sumber dana. Beberapa perusahaan dengan ide yang cemerlang mungkin kesulitan dalam mengumpulkan dana yang diperlukan untuk penelitian dan peluncuran produk baru.
- 6) Waktu pengembangan yang singkat perusahaan harus dapat menghasilkan produk lebih cepat dengan menggunakan teknologi seperti perancangan berbantuan komputer, teknik manufaktur, kemitraan strategis, uji konsep awal, dan perencanaan yang efisien.
- 7) Siklus hidup yang singkat ketika produk baru sukses, pesaing cenderung meniru dengan cepat dan mengakibatkan perlunya pengembangan produk baru yang lebih cepat.

### **C. Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*)**

Teori Analisis SWOT adalah sebuah teori yang digunakan untuk merencanakan sesuatu hal yang dilakukan dengan SWOT. SWOT adalah sebuah singkatan dari S adalah *Strength* atau kekuatan, W adalah *Weakness* atau kelemahan, O adalah *Opportunity* atau kesempatan, dan T adalah *Threat* atau ancaman. SWOT ini biasa digunakan untuk menganalisis suatu kondisi dimana akan dibuat sebuah rencana untuk melakukan suatu program kerja. Dengan Analisa SWOT akan didapatkan karakteristik dari kekuatan utama, kekuatan tambahan, faktor netral, kelemahan utama dan kelemahan tambahan berdasarkan Analisa lingkungan internal dan eksternal yang dilakukan (Andries Frederick Reginald, 2017).

Untuk mengidentifikasi masalah yang muncul pada perusahaan, diperlukan penelitian yang teliti agar dapat merumuskan strategi yang efektif dan efisien untuk mengatasinya dengan cepat dan tepat. Rujukan dari menerapkan analisis SWOT dalam konteks perusahaan adalah untuk memberikan panduan yang membantu perusahaan untuk memusatkan perhatian. Dengan melakukan

analisis SWOT perusahaan dapat memiliki landasan untuk membandingkan berbagai sudut pandang termasuk kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang mungkin muncul di masa depan. Oleh karena itu, perlu adanya pertimbangan-pertimbangan penting untuk analisis SWOT (Freddy Rangkuti, 2004).

Menurut Usman Effendi dalam bukunya yang berjudul Asas Manajemen, analisis SWOT adalah alat yang berguna untuk mengevaluasi situasi keseluruhan perusahaan. Melalui analisis SWOT, tujuannya adalah agar perusahaan dapat mencapai keseimbangan antara aspek-aspek internal seperti kekuatan dan kelemahan; dengan peluang dan ancaman yang ada di lingkungan eksternal secara teliti.

Beberapa pertimbangan yang perlu diperhatikan dalam mengambil keputusan antara lain:

1. Kekuatan (*strength*)

Kekuatan adalah faktor internal yang memberikan dukungan pada perusahaan dalam mencapai sebuah tujuan. Kekuatan ini merupakan sumber daya atau kemampuan yang dapat dikontrol oleh perusahaan atau tersedia bagi perusahaan, yang membuatnya memiliki keunggulan relative dibandingkan dengan pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Kekuatan ini berasal dari sumber daya dan kompetensi yang tersedia bagi perusahaan. Unsur dalam Analisis SWOT dapat diuraikan sebagai berikut : Kemampuan internal yang menonjol dari perusahaan dibandingkan dengan perusahaan lain (Sulaeman dan Sulasih, 2020).

Kekuatan merujuk pada sumber daya, keterampilan, atau keunggulan yang dapat dibandingkan dengan pesang dan sesuai dengan permintaan pasar yang ingin dilayani oleh perusahaan. Kekuatan adalah sebuah kemampuan khusus yang memberikan perusahaan keunggulan kompetitif di pasar. Kekuatan ini dapat terlihat dalam berbagai aspek, termasuk sumber daya, keuangan, reputasi, posisi pasar, serta faktor-faktor lainnya.

Bagi sebuah perusahaan, mengidentifikasi kekuatan inti perusahaan merupakan langkah awal penting menuju status perusahaan berkualitas



tinggi. Mengenali kekuatan ini dapat menjadi tonggak besar dalam perjalanan perusahaan menuju kemajuan. Setelah mengidentifikasi elemen-elemen yang menjadi kekuatan perusahaan, langkah selanjutnya adalah menjaga dan memperkuat keunggulan tersebut.

## 2. Kelemahan (*weakness*)

Kelemahan merujuk pada aspek-aspek dalam organisasi yang tidak berjalan dengan baik atau yang merupakan kekurangan dalam sumber daya yang diperlukan oleh organisasi. Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam satu atau lebih sumber daya dan kemampuan perusahaan jika dibandingkan dengan pesaingnya, yang dapat menghambat kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan secara efektif. Sumber-sumber kelemahan ini dapat mencakup fasilitas, aspek keuangan, kemampuan manajemen, keterampilan pemasaran, serta citra merek perusahaan.

Kelemahan merujuk pada faktor-faktor internal yang dapat menghambat kesuksesan suatu proyek atau pekerjaan. Komponen seperti system komunikasi internal yang tidak efisien, persaingan yang tidak sehat antara departemen, ketidakcukupan pasokan bahan baku, serta keterbatasan dana untuk proyek sering kali dianggap sebagai kelemahan yang dapat mengancam kelangsungan suatu pekerjaan sebelum dimulai. Oleh karena itu, ada beberapa faktor kelemahan yang perlu segera diperbaiki oleh para pemangku kepentingan dalam suatu perusahaan, seperti:

- a. Ketidakcukupan sumber daya manusia yang berkualitas di perusahaan.
- b. Terbatasnya fasilitas dan infrastruktur hanya sejauh yang diperlukan.
- c. Ketidaktepatan dalam mendeteksi peluang yang tersedia yang mungkin membuat perusahaan puas dengan situasi saat ini.
- d. Kualitas produk yang belum sepenuhnya bersaing dengan produk dari perusahaan lain, dan hal serupa.

## 3. Peluang (*opportunity*)

Situasi atau kondisi yang muncul di luar suatu entitas organisasi atau perusahaan dan memiliki potensi pertumbuhan bagi peluang tersebut dimasa

yang akan datang. Metode ini digunakan untuk mencari peluang atau inovasi yang dapat mengarahkan perkembangan suatu perusahaan atau organisasi pada masa depan. Peluang mencakup berbagai faktor dan yang menguntungkan bagi perusahaan, dan sering kali berhubungan dengan tren-tren yang dapat menjadi sumber peluang.

Peluang mencakup beragam faktor dan situasi yang memberikan keuntungan bagi perusahaan, termasuk trend dan kecenderungan yang menjadi salah satu sumber peluang. Peluang dapat dikelompokkan ke dalam tiga tingkat berdasarkan kemungkinan keberhasilannya, yaitu:

a. Tingkat Rendah

Merujuk pada situasi dimana peluang memiliki daya Tarik dan manfaat yang terbatas, dan kemungkinan pencapaiannya juga rendah.

b. Tingkat Sedang

Peluang tingkat sedang menggambarkan situasi di mana ada daya Tarik dan manfaat yang signifikan, namun peluang pencapaiannya mungkin tidak tinggi atau sebaliknya.

c. Tingkat Terbaik

Tingkat terbaik merujuk pada peluang yang memiliki daya Tarik dan manfaat tinggi, serta peluang pencapaiannya besar.

Ada beberapa situasi yang dapat mejadi peluang bagi perusahaan, seperti:

- a. Permintaan pasar yang tinggi untuk produk tertentu.
- b. Identifikasi produk yang belum mendapat perhatian dari pasar.
- c. Perubahan dalam dinamika persaingan dengan pesaing.
- d. Meningkatnya hubungan dengan konsumen.

4. Ancaman (*threats*)

Ancaman merupakan faktor-faktor lingkungan yang bersifat merugikan bagi perusahaan. Jika tidak dikelola dengan baik, faktor-faktor ini dapat menghambat kemajuan perusahaan dan menghadirkan tantangan baik dalam konteks saat ini maupun masa depan, untuk mengatasi tantangan atau ancaman ini perlu dilakukan analisis terhadap beberapa faktor lingkungan yang berpotensi menyebabkan kemunduran perusahaan. Sama seperti

peluang, ancaman juga bisa dikelompokkan menjadi tiga tingkat sebagai berikut:

a. Ancaman Utama

Ancaman utama ini adalah jenis ancaman yang memiliki kemungkinan tinggi terjadi dan potensi dampak besar. Mengatasi ancaman utama memerlukan perencanaan dan strategi serius agar dapat menghindari ancaman tersebut dari mengganggu kelangsungan organisasi atau perusahaan.

b. Ancaman Moderate

Jenis ancaman ini menggambarkan tingkat keparahan dan kemungkinan terjadi yang bervariasi. Sebagai contoh ancaman moderate bisa berarti kemungkinan dampak serius tetapi dengan kemungkinan terjadinya yang rendah, atau sebaliknya.

c. Ancaman Tidak Utama

Ancaman ini memiliki dampak yang terbatas dan kemungkinan terjadinya rendah. Meskipun merupakan ancaman yang lebih ringan, penting untuk mendeteksi dan mengatasi jenis ancaman ini dengan cepat untuk mencegah potensi perubahan menjadi ancaman yang lebih serius.

Untuk mengetahui secara lebih dalam mengenai analisis SWOT, maka perlu dilihat dari segi faktor internal dan eksternal sebagai berikut yaitu:

a. Aspek Internal

Aspek ini mengacu pada elemen-elemen yang telah ada atau dimiliki, baik itu dalam bentuk kekuatan maupun kelemahan.

b. Aspek Eksternal

Aspek Eksternal ini merujuk pada elemen-elemen yang sangat terkait atau memiliki hubungan erat dengan tujuan, namun berada diluar kendali atau kepemilikan kita, baik itu dalam bentuk peluang yang menguntungkan atau dukungan tujuan. Hal ini menjadi sangat penting untuk diatasi dengan bijak. Setelah semua aspek telah diidentifikasi langkah berikutnya adalah merumuskan strategi untuk mencapai tujuan berdasarkan data yang telah diperoleh pada tahap sebelumnya.

Matrik SWOT merupakan sebuah perangkat yang digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor strategi suatu perusahaan. Alat ini mampu dengan jelas mengilustrasikan peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal. Hasil dari matriks ini menghasilkan empat sel alternatif yang dapat ditemukan dalam diagram. Matrik SWOT sebagai alat pencocokan yang mengembangkan empat tipe strategi yaitu SO, WO, ST dan WT (Tamara, Angelica, 2016).

- a. Strategi SO merujuk pada rencana yang dibuat berdasarkan prinsip dasar perusahaan, di mana perusahaan menggunakan semua kekuatannya untuk mengambil dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Hal ini dapat dianggap sebagai strategi agresif positif, di mana perusahaan mengambil inisiatif penuh dan melakukan serangan yang terancang. Strategi ini berfokus pada pemanfaatan kekuatan untuk meraih peluang yang tersedia.
- b. Strategi WO adalah strategi yang dibentuk dengan memanfaatkan peluang yang ada, dengan mengurangi atau mengatasi kelemahan internal perusahaan. Dalam konteks ini, sangat penting untuk merancang strategi *turn around*, yang berarti strategi untuk mengubah arah atau haluan. Meskipun peluang eksternal yang signifikan harus dikejar, fokus utama adalah menyelesaikan masalah internal atau kelemahan perusahaan. Dalam hal ini, perbaikan dan pencarian solusi untuk kelemahan-kelemahan perusahaan menjadi prioritas untuk mencapai peluang yang diinginkan.
- c. Strategi ST adalah rencana yang dibuat berdasarkan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman yang teridentifikasi. Strategi ini dikenal dengan strategi diversifikasi atau strategi perbedaan. Dalam konteks ini, tidak peduli seberapa besar ancaman yang muncul dan ketergesaan hanya akan memperburuk situasi. Oleh karena itu, perusahaan yang memiliki kekuatan yang signifikan dapat menggunakannya secara independent sebagai enjanta untuk menghadapi ancaman.
- d. Strategi WT merupakan pendekatan yang diterapkan melalui kegiatan defensive dengan tujuan meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman. Pada situasi ini, perusahaan berada dalam kondisi berbahaya, di mana kelemahan internal dapat diserang oleh ancaman eksternal. Tanpa

strategi yang tepat, kondisi ini dapat berdampak negative pada citra dan kelangsungan eksistensi perusahaan di masa depan. Solusinya adalah melibatkan seluruh elemen organisasi dalam perencanaan kegiatan untuk mengurangi kelemahan internal perusahaan dan menghindari ancaman dari luar.

**Table 2.1**  
**Matriks SWOT**

	<i>Strengths</i>	<i>Weakness</i>
Threats	<p>ST</p> <p>Memanfaatkan potensi untuk menghadapi ancaman</p>	<p>WT</p> <p>Meminimalkan kelemahan untuk menghadapi ancaman</p>
Opportunities	<p>SO</p> <p>Memanfaatkan potensi untuk meraih peluang</p>	<p>WO</p> <p>Mengatasi kelemahan untuk meraih peluang</p>

Pendekatan analisis SWOT Matriks memaksimalkan kekuatan internal seperti sumber daya dan pengalaman untuk mencapai tujuan. Namun, sejalan dengan evolusi kebutuhan manusia dan perkembangan teknologi yang telah beralih dan konvensional ke digital, metode analisis SWOT Matrik ini mulai ditinggalkan, hal ini disebabkan oleh kenyataan bahwa kekuatan internal tidak selalu dapat secara efektif memanfaatkan peluang pasar atau mengatasi tekanan dan tantangan yang muncul (Pearce Robinson, 2000).

Penerapan SWOT pada sebuah perusahaan bertujuan memberikan pedoman agar perusahaan menjadi lebih terfokus. Dengan melakukan analisis SWOT, perusahaan dapat memiliki suatu pandangan yang dapat digunakan sebagai pembandingan dari berbagai perspektif termasuk kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang mungkin muncul di masa depan.



Melalui analisis SWOT, perusahaan dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi, baik secara positif maupun negatif, baik dari internal maupun eksternal perusahaan. Peran utama dari SWOT adalah membantu meningkatkan pemahaman terhadap semua faktor yang dapat memengaruhi perencanaan strategi dan pengambilan keputusan, dan tujuan ini dapat diterapkan pada berbagai aspek industry (Djoko Muljiono, 2012). Bagi porter, persaingan strategis berarti memilih jalan yang berbeda dari lainnya. Selain bersaing menjadi yang terbaik, perusahaan-perusahaan dapat dan harus bersaing menjadi unik (John Magretta, 2012).

Menurut Suryatama, analisis SWOT memberikan sejumlah manfaat, antara lain sebagai berikut:

- a. Membantu perusahaan sebagai panduan dalam merumuskan berbagai kebijakan strategis terkait rencana dan implementasi di masa mendatang.
- b. Berfungsi sebagai bahan evaluasi terhadap kebijakan strategis dan sistem perencanaan yang diterapkan oleh sebuah perusahaan.
- c. Menyajikan tantangan bagi ide-ide kepada pihak manajemen perusahaan.
- d. Memberikan informasi terkait kondisi perusahaan.

#### **D. Analisis SOAR (*Strengths, Opportunities, Aspirations, Result*)**

Menurut Stavros dan Hinrich, SOAR adalah sebuah pendekatan baru dalam perencanaan strategis yang memberikan fokus pada kekuatan dan mencoba untuk memahami seluruh system dengan melibatkan pandangan dari pihak-pihak terkait. Pendekatan ini memungkinkan organisasi untuk bersama-sama membangun masa depan melalui kolaborasi, pemahaman bersama, dan komitmen untuk bertindak. SOAR sendiri adalah singkatan yang merujuk pada kekuatan (*strengths*), peluang (*opportunities*), aspirasi (*aspirations*), dan hasil (*result*) dan diciptakan oleh Stavros, Cooperider, dan Kelley pada tahun 2009.

Analisis SOAR adalah salah satu opsi dalam proses perencanaan strategis selain analisis SWOT. Pendekatan ini memberikan kesempatan bagi anggota organisasi untuk menciptakan masa depan sesuai dengan aspirasi mereka sendiri. SOAR mengubah pendekatan SWOT yang sudah mapan dengan menggeser fokus dari faktor-faktor kelemahan internal dan ancaman eksternal menjadi

faktor aspirasi yang dimiliki oleh perusahaan dan hasil yang dapat diukur yang ingin dicapai (Jacqueline, M Stravos, and Gina Hinrich, 2009).

Metode SOAR berfokus pada potensi kekuatan perusahaan dan peluang di pasar serta bagaimana kekuatan tersebut dapat dimanfaatkan untuk mencapai hasil yang diharapkan. SOAR menggunakan pendekatan *bottom-up*, di mana atasan menerima masukan dari karyawan, yang melibatkan seluruh komponen organisasi untuk bersama-sama mencapai hasil yang diinginkan. Pendekatan ini merupakan alternatif pengembangan dari metode SWOT (Sriyono, D Suwoyo, and Mutia Sistarani, 2020). SOAR menempatkan fokus pada hal-hal berikut yaitu:

1. *Strengths* (Kekuatan)

Merujuk pada segala hal yang menjadi kekuatan atau kemampuan utama dalam menjalankan usaha, termasuk aset yang konkret maupun abstrak.

2. *Opportunities* (Peluang)

Mencakup elemen-elemen dalam lingkungan eksternal yang perlu dianalisis untuk memanfaatkan dan memaksimalkan peluang yang ada dalam konteks kelangsungan bisnis.

3. *Aspirations* (Aspirasi)

Aspirasi melibatkan harapan dan tujuan untuk mencapai keberhasilan di masa depan. Dalam kerangka SOAR, aspirasi menjadi sumber inspirasi bagi tim sasaran strategis dengan mengidentifikasi aspirasi yang paling diinginkan dan nilai-nilai yang dihargai oleh para pemangku kepentingan organisasi.

4. *Result* (Hasil)

Hasil berarti menetapkan ukuran yang ingin dicapai. Dalam SOAR, hasil terhubung dengan perumusan strategi dan implementasinya melalui fokus pada pencapaian hasil yang dapat diukur dan memiliki makna.

Matrik SOAR berfungsi untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan, yang menggambarkan bagaimana kekuatan dan peluang eksternal yang dihadapi perusahaan dapat diselaraskan dengan aspirasi dan hasil yang dapat diukur. Matriks analisis SOAR terbagi menjadi empat kondisi, yaitu:

1. Strategi SA (*Strengths – Aspirations*)

Merupakan strategi yang dirancang dengan memanfaatkan semua kekuatan (S) perusahaan untuk mencapai aspirasi (A) yang diinginkan.

2. Strategi OA (*Opportunities – Aspirations*)

Merupakan strategi yang dibuat untuk mengidentifikasi dan memenuhi aspirasi (A) dari setiap pemangku kepentingan, dengan fokus pada peluang (O) yang tersedia.

3. Strategi SR (*Strengths – Results*)

Merupakan strategi yang dirancang untuk mengaktualisasikan kekuatan (S) perusahaan guna mencapai hasil (R) yang dapat diukur.

4. Strategi OR (*Opportunities – Results*)

Merupakan strategi yang berorientasi pada peluang (O) dengan tujuan mencapai hasil (R) yang telah diukur.

**Tabel 2.2**  
**Matriks SOAR**

	Internal	Strength Daftar faktor kekuatan Internal	Oppurtunities Daftar peluang eksternal
Eksternal			
<b>Aspirasi</b> Daftar faktor harapan dari internal		<b>Strategi SA</b> Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mencapai aspirasi.	<b>Strategi OA</b> Ciptakan strategi yang berorientasi kepada aspirasi yang diharapkan untuk memanfaatkan peluang.
<b>Result</b> Daftar hasil yang terukur untuk diwujudkan		<b>Strategi SR</b> Ciptakan strategi yang berdasarkan kekuatan untuk mencapai Hasil yang terukur	<b>Strategi OR</b> Strategi yang berorientasi kepada kesempatan untuk mencapai Result yang sudah terukur

### E. Perbedaan Analisis SWOT dan Analisis SOAR

Perbedaan pokok antara SOAR dan SWOT terletak pada keterlibatan pemangku kepentingan dalam mengidentifikasi dan menganalisis kekuatan serta peluang, sehingga membentuk aspirasi, tujuan, strategi, dan komitmen untuk mencapai hasil. Strategi yang digunakan dalam SOAR mencakup pandangan dari berbagai pihak seperti pelanggan, karyawan, pemegang saham, anggota dewan, pemasok, relawan, dan masyarakat yang terkena dampak dari organisasi (Zamista dan Hanafi, 2020).

Beberapa perbedaan dari analisis SWOT dan SOAR melibatkan pergeseran table dari table negatif ke positif. SWOT menilai kelemahan dan ancaman, sedangkan SOAR menekankan aspirasi dan hasil positif. Selain itu, SOAR lebih berorientasi pada tindakan positif yang dapat diambil untuk mencapai table30 perusahaan, sementara SWOT lebih cenderung mengidentifikasi masalah dan resiko, dengan demikian, SOAR memotivasi anggota perusahaan dengan mengarahkan perhatian pada potensi dan pencapaian yang diinginkan, sementara SWOT mungkin lebih berfokus pada mengatasi masalah yang ada (Jacqueline M and Matthew, 2013)

**Table 2.3**  
**Perbedaan Mendasar SWOT dan SOAR**

SWOT	SOAR
Berkokus pada kelemahan ( <i>weakness</i> ) dan ancaman ( <i>threats</i> ).	Berkokus pada hal-hal yang bermanfaat. Berkokus pada kekuatan ( <i>strengths</i> ) dan peluang ( <i>opportunities</i> ).
Berkokus pada kompetisi yang diarahkan untuk menjadi lebih baik.	Berkokus pada kesanggupan organisasi untuk menjadi yang terbaik.
Berkokus pada analisis untuk sebuah perencanaan.	Berkokus pada perencanaan yang selanjutnya penerapan/implementasi.
SWOT berusaha untuk meningkatkan pendapatan.	SOAR lebih menitikberatkan pada inovasi dan peningkatan nilai.
SWOT memperhatikan celah	SOAR memperhatikan hasil

## F. Penelitian Terdahulu

Menurut Cooprr dan Creswell bahwa kajian pustaka memiliki beberapa tujuan yakni, menginformasikan pada pembaca hasil-hasil penelitian yang berkaitan erat dengan penelitian yang dilakukan saat itu, menghubungkan



penelitian dengan literatur-literatur yang ada, dan mengisi celah-celah dalam penelitian-penelitian sebelumnya (Dhian Yuni Pratama, 2021). Sejauh ini penulis telah melakukan kajian terhadap beberapa skripsi dan karya ilmiah yang sudah ada, dan penulis menentukan beberapa tulisan yang hampir sama dengan yang akan penulis teliti yaitu Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Pada Usaha Angkringan Mbah Ao Tanjung Purwokerto Selatan.

Penelitian ilmiah yang dilakukan oleh Privilia M. Malonda, Silecyljeova Moniharapon, dan Sjendry S.R Liondong pada tahun 2019 yang berjudul "*Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Rumah Makan Bakso Baper Jogja*". Penelitian ini dilakukan secara lapangan. Dengan tujuan untuk menentukan strategi pemasaran melalui analisis SWOT, dengan menggunakan Matriks EFE, IFE, SWOT Kualitatif dan SWOT Kuantitatif. Dengan hasil strategi pengembangan produk dengan mempertahankan kualitas rasa, pelayanan dan kestabilan agar tetap memuaskan konsumen (Pricillia M, Sileyljeova M, Sjendry S.R, 2019).

Penelitian ilmiah yang dilakukan oleh Mhd Rhomario Adiaksa pada tahun 2023 yang berjudul "*Penerapan Analisis SWOT sebagai Strategi Pengembangan Sanggar Seni Pusako Sakti Minangkabau*". Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan *mixed-method* dengan jenis penelitian pengolahan data primer. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa posisi PSM melalui matriks IE menunjukkan *growth and build*, karena berada pada posisi II. Strategi yang tepat untuk diterapkan ialah intensif meliputi penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk. Selain strategi intensif, terdapat strategi integritas kebelakang, integritas ke depan, dan integritas horizontal (Mhd Rhomarko Adiaksa, 2023).

Penelitian ilmiah yang dilakukan oleh Imas Widowati, Daisy Ade Riany, dan Ferdi Andrianto pada tahun 2022 yang berjudul "*Analisis SWOT untuk Pengembangan Bisnis Kuliner (studi kasus pada UMKM papat sodara food purwakarta)*". Penelitian ini dilakukan dengan untuk menganalisis faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal yang ada sehingga dapat menentukan strategi yang tepat. Hasil dari penelitian menunjukan bahwa total skor faktor internal



sebesar 3,57 dan total skor faktor eksternal sebesar 3,73 dimana dari skor yang didapatkan termasuk kedalam kuadran 1. Strategi ini perlu ditunjang dengan penetrasi pasar (*market penetration*), pengembangan pasar (*market development*), dan pengembangan produk (*product development*) (Imas Widowati, Daisy Ade Riany, Ferdi Andrianto, 2022).

Penelitian yang dilakukan oleh Indah Pratiwi dan Muhammad Rahmat pada tahun 2020 yang berjudul "*Penerapan Analisis SWOT sebagai Strategi Pengembangan Usaha pada UD. Rezeki Baru*". Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan. Faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman, serta mengetahui alternative startegi pengembangan usaha yang tepat untuk diterapkan oleh UD. Rezeki Baru menggunakan analisis SWOT. Hasil menunjukan bahwa berdasarkan matriks IFAS faktor kekuatan dan kelemahan memiliki total skor 2,92. Hal ini, mengindikasikan bahwa UD. Rezeki Baru berada pada posisi internal yang begitu kuat, sedangkan matriks EFAS menunjukan bahwa faktor peluang dan ancaman memiliki skor 2,88. Hal ini mengindikasikan bahwa UD. Rezeki baru merespon peluang yang ada dengan cara yang luar biasa dengan menghindari ancaman-ancaman di pasar industri (Indah Pratiwi, dan Muhammad Rahmat, 2022).

Penelitian yang ditulis oleh Muhammad Ardi Nupi Hasyim pada tahun 2023 yang berjudul "*Penerapan Analisis SOAR dalam Strategi Pengembangan Hotel di Kotan Bandung*". Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui strategi yang tepat untuk pengembangan-bisnis hotel dan juga lingkungan strategis yang dimiliki dan dihadapi oleh Hotel di Kota Bandung. Hasil dari penelitian ini menunjukan bahwa strategi penetrasi pasar dengan melakukan pemasaran yang lebih baik mulai dari pemasaran melalui media sosial, E-commerce, endorsement dari orang yang memiliki banyak followers dan membuat konten yang menarik, yang dapat menarik banyak pelanggan dan strategi pengembangan produk dapat dilakukan dengan cara pengemasan dan pemrograman, lalu bagaimana mengemas suatu produk agar menarik dan bervariasi.

Penelitian yang ditulis oleh Yulihar Diyanti di tahun 2018 dalam bentuk skripsi yang berjudul *“Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Usaha Tahu Di Desa Hajoran Kecamatan Sungai Kanan Kabupaten Labuhan Batu Selatan”*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan analisis SWOT dengan Matrik IFAS dan EFAS. Strategi meningkatkan daya saing usaha tahu di desa Hajoran Kecamatan Sungai Kanan Kabupaten Labuhan Batu Selatan. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Untuk menganalisis data menggunakan SWOT yang dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan. Hasil penelitian yaitu suatu keadaan dimana usaha tahu mengalami suatu masa pertumbuhan baik dalam penjualan, asset profit, maupun kombinasi dari ketiganya.

Penelitian yang di tulis oleh Leli Farida pada tahun 2018 dalam bentuk skripsi yang berjudul *“Analisis Strategi Pengembangan Produk Pangan Lokal Dalam Meningkatkan Industri Kreatif Perspektif Ekonomi Islam”*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan untuk meningkatkan daya saing dan meningkatkan industri kreatif. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Hasil penelitian strategi pengembangan yang diterapkan industri kreatif dikecamatan bandar sribwono untuk meningkatkan daya saing produk lokal dengan produk modern yang pertama adalah strategi insentif (penertrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk). Dimana strategi ini dilakukan untuk meningkatkan posisi persaingan. Yang kedua yaitu melalui strategi produk dengan memberikan kualitas produk dengan variasi rasa yang berbeda sesuai dengan keinginan konsumen.

Penelitian yang ditulis oleh Ulfa Hidayati pada tahun 2018 dalam bentuk skripsi yang berjudul *“Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Dalam Persepektif Ekonomi Islam”*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menganalisis kondisi lingkungan internal dan eksternal, serta mengetahui SWOT dalam persepektif ekonomi islam. Penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan jenis penelitian kualitatif. Hasil penelitian luas tanah dan genteng yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik

dibandingkan yang dihasilkan wilayah lainnya. Serta faktor startegis kelemahan yaitu seluruh peluang yang ada permintaan genteng yang meningkat dipasaran serta perkembangan teknologi yang sangat berpengaruh pada perkembangan usaha genteng.

**Table 2.4**  
**Kajian Pustaka**

<b>NO</b>	<b>Judul</b>	<b>Persamaan</b>	<b>Perbedaan</b>
1.	<i>Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Rumah Makan Bakso Baper Jogja.</i> (Privilia M. Malonda dkk, 2019)	Persamaanya dari kedua penelitian yaitu ada pada metode yang digunakan yaitu menggunakan metode analisis SWOT.	Perbedaanya ada pada tempat dan objek penelitian. Kemudian penelitian yang diteliti oleh Privilia M, dkk menggunakan matrik IFAS dan EFAS untuk mengetahui strategi pemasaran. Ssedangkan peneliti fokus pada strategi pengembangan pada usaha tersebut
2.	<i>Penerapan Analisis SWOT sebagai Strategi Pengembangan Sanggar Seni Pusako Sakti Minangkabau.</i> (Mhd Rhomario Adiaksa, 2023)	Persamaan dari kedua penelitian ini adalah menggunakan strategi pengembangan. Dan menggunakan metode Analisi SWOT.	Perbedaan dari kedua penelitian ini dapat dilihat dari objek penelitian. Kemudian peneliti sebelumnya fokus bidang seni dan budaya. Lalu penelitian sebelumnya tidak hanya menggunakan strategi pengembangan produk melainkan menggunakan penetrasi pasa dan pengembangan pasar. Sedangkan peniliti fokus pada strategi pengembangan produk usaha dibidang kuliner.

3	<p><i>Analisis SWOT untuk Pengembangan Bisnis Kuliner (studi kasus pada UMKM papat sodara food purwakarta).</i> (Imas Widowati, Daisy Ade Riany, dan Ferdi Andrianto, 2020)</p>	<p>Pesamaan dari kedua penelitian ini adalah untuk melakukan pengembangan usaha. Dan menggunakan metode Analisis SWOT. Kemudian sama-sama menilite dibidang kuliner.</p>	<p>Perbedaan dari kedua penelitian ini dapat dilihat dari objek yang diteliti. Kemudian strategi yang digunakan dengan penetrasi pasar (<i>market penetration</i>), pengembangan pasar (<i>market development</i>),</p>
4.	<p><i>Penerapan Analisis SWOT sebagai Strategi Pengembangan Usaha pada UD. Rezeki Baru.</i> (Indah Pratiwi dan Muhammad Rahmat, 2020)</p>	<p>Persamaan dari kedua penelitian ini adalah menggunakan strategi pengembangan guna untuk mengevaluasi bisnis usaha. Dan menggunakan metode Analisis SWOT.</p>	<p>Perbedaan dari kedua penelitian ini dapat dilihat dari objek penelitian. Kemudian penelitian yang sebelumnya menunjukkan hasil Matriks <i>IFAS</i> dan Matriks <i>EFAS</i>.</p>
5.	<p><i>Analisis Strategi Pengembangan Produk Pangan Lokal Dalam Meningkatkan Industri Kreatif Perspektif Ekonomi Islam.</i> (Leli Farida, 2018)</p>	<p>Persamaanya dari kedua penelitian ini adalah pengembangan produk usaha pangan atau makanan. Dan menggunakan metode analisis SWOT.</p>	<p>Perbedaanya terdapat pada objek penelitian. Kemudian peneliti tertuju untuk meningkatkan pengembangan produk industri kreatif dan menurut perseptif Islam.</p>
6.	<p><i>Penerapan Analisis SOAR</i></p>	<p>Persamaan dari kedua penelitian ini adalah</p>	<p>Perbedaanya terdapat pada objek penelitian.</p>



	<i>dalam Strategi Pengembangan Hotel di Kota Bandung.</i> (Muhammad Ardi Nupi Hasyim, 2023)	menggunakan metode analisis SOAR dan strategi pengembangan.	Kemudian penelitian dari Muhammad Ardi fokus pada pengembangan Hotel, tetapi peneliti tertuju pada pengembangan produk usaha.
7.	<i>Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Usaha Tahu Di Desa Hajoran Kecamatan Sungai Kanan Kabupaten Labuhan Batu Selatan.</i> (Yulihar Diyanti, 2018)	Persamaan dari kedua penelitian ini adalah menggunakan metode metode analisis SWOT. Dan untuk mengevaluasi bisnis usaha.	Perbedaannya ada pada objeknya. Kemudian penelitian penulis terdapat pada fokus penelitian, dimana penulis menggunakan strategi untuk mengembangkan usaha sedangkan peneliti yang ditulis oleh Yulihar Diyanti fokus dengan daya saing usaha tahu yang mengalami masa pertumbuhan. Dengan menggunakan metode Matrik IFAS dan EFAS.
8.	<i>Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Dalam Persepektif Ekonomi Islam.</i> (Ulfa Hidayati, 2018)	Persamaan dari kedua penelitian ini adalah menggunakan metode analisis SWOT sebagai Strategi pengembangan usaha	Perbedaannya terletak pada variable tempat dan objek penelitian. Kemudian peneliti Ulfa Hidayati dikaitkan dalam persepektif Islam.

Berdasarkan tabel tersebut penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya, dimana penulis akan terfokuskan untuk “Penerapan Analisis SWOT dan Analisis SOAR Sebagai Startegi Pengembangan Produk Pada Usaha Angkringan Mbah Ao”. Hasil dari penelitian ini sangat bermanfaat untuk pengusaha sebagai bahan evaluasi. Oleh karena itu peneliti akan melakukan penelitian secara mendalam dan menyeluruh untuk mengetahui apa keunggulan dan keunikan penelitian ini dar pada penelitian sebelumnya.

### **G. Landasan Teologis**



Para pelaku usaha diharapkan menerapkan beberapa nilai yang berasal dari Al-Qur'an sebagai pedoman dalam menjalankan kegiatan bisnis mereka. Nilai-nilai tersebut menjadi landasan bagi para pelaku usaha agar kegiatan perniagaan, transaksi jual beli, dan pengembangan usaha dapat dilaksanakan sesuai dengan prinsip-prinsip ajaran agama Islam. Seperti yang terdapat di surat An-Nisa ayat 29 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلْ أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ  
 وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّكُمْ لِكَانْتُمْ كَارِهِينَ  
 وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ الَّتِي حَرَّمَ اللَّهُ بِالْحَبْأِثِ مَا تَكُونُونَ لَهَا سَاقِطَةً  
 مِمَّا حَرَّمَ اللَّهُ لَكُمْ وَاللَّهُ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Artinya: *“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu”*. (Q.S An-Nisa Ayat 29).

Melalui ayat ini, Allah SWT mengingatkan hamba-hamba-Nya untuk tidak mencari kekayaan melalui metode yang tidak benar atau tidak sesuai dengan hukum syariat Islam. Ekonomi Syariah didasarkan pada dua prinsip utama yaitu Al-Qur'an dan Sunnah Rasulullah sebagai fondasi hukum utama. Hukum-hukum yang berasal dari dua prinsip dianggap sebagai kebenaran yang tetap atau tidak dapat berubah (fauzia, I. Y, 2011).

Selain itu prinsip-prinsip ekonomi islam juga mendorong pertumbuhan bisnis, pengembangan produk, dan strategi pemasaran yang sesuai dengan perkembangan dunia bisnis baik secara lokal dalam bisnis. Modal usaha taua bisnis yang dikembangkan dalam prinsip Syariah harus selalu mengikuti panduan prinsip-prinsip Syariah, termasuk:

a. Prinsip Kesucian

Usaha Ekonomi Islam sangat mengutamakan kebersihan dan kesucian produk, mulai tahap input, proses, hingga output. Kesucian dalam konteks bisnis dan produk ini berhubungan aspek kehalalan dengan menjauhi segala bentuk dan bisnis dan produk yang dianggap haram seperti daging babi,



أَوْ تُؤْتُوا أَمْثَلَهَا لِيَلْ تَعْلَمُوا أَنَّهُ سَوَاءٌ (سُورَةُ الشُّرَاهِطِ ۱۸۱) وَتَوَازَنُوا وَتَطْمَئِنُّ قُلُوبُكُمْ (سُورَةُ الشُّرَاهِطِ ۱۸۲) وَأَلْزَمُوا خِطَابَهُمْ بِاللُّغَةِ الَّتِي هُمْ يُعْرَبُونَ (سُورَةُ الشُّرَاهِطِ ۱۸۳)

Artinya: “Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan; 181. Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus; 182. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerokan: 183” (Q.S Asy-Syura ayat 181-183).

c. Prinsip Keadilan

Keadilan dalam ranah bisnis meruoakan salah satu fondasi dalam sistem Ekonomi Islam. Prinsip keadilan ini bertujuan menciptakan rasa aman, ketenangan, dan pemenuhan hak bagi setiap individu yang terlibat dalam kegiatan bisnis. Oleh karena itu, segala bentuk transaksi yang merusak prinsip-prinsip keadilan harus dihapuskan, bahkan dianggap batal.

d. Prinsip Profesional

Bekerja dan berbisnis dalam kontek Islam dianggap sebagai amanah dan ibadah kepada Allah SWT. Oleh karena itu, aktivitas tersebut perlu dikelola dengan optimal yang harus didukung oleh kemampuan dan kompetensi individu dalam pilihan jenis bisnisnya. Rasulullah SAW melarang memilih pekerja atau karyawan yang tidak ahli dibidangnya. Serta menegaskan larangan untuk meminta jabatan atau posisi dimana seseorang tidak memiliki kompetensi yang cukup. Bahkan Rasulullah SAW menekankan pentingnya profesionalisme dalam setiap pekerjaan yang dilakukan (itqan).

Kemudian sumber kekuatan-dalam menghadapi bisnis yakni kesehatan, kemampuan berpikir, peluang untuk mengajar potensi, dan sedikit kekayaan. Kelemahan yang dimiliki oleh manusia terletak oada kekurangannya pengetahuan, karena dalam Islam ilmu pengetahuan harus mendahului tindakan. Sementara itu, tantangan dalam kehidupan mencakup masalah pola hidup yang sudah dipenuhi dengan pemikiran materialistic yang sangat meninjolkan kenikmatan dunia.

مِنْ أَمْثَلِهَا لِيَلْ تَعْلَمُوا أَنَّهُ سَوَاءٌ (سُورَةُ الشُّرَاهِطِ ۱۸۱) وَتَوَازَنُوا وَتَطْمَئِنُّ قُلُوبُكُمْ (سُورَةُ الشُّرَاهِطِ ۱۸۲) وَأَلْزَمُوا خِطَابَهُمْ بِاللُّغَةِ الَّتِي هُمْ يُعْرَبُونَ (سُورَةُ الشُّرَاهِطِ ۱۸۳)

رَأُلْجِي

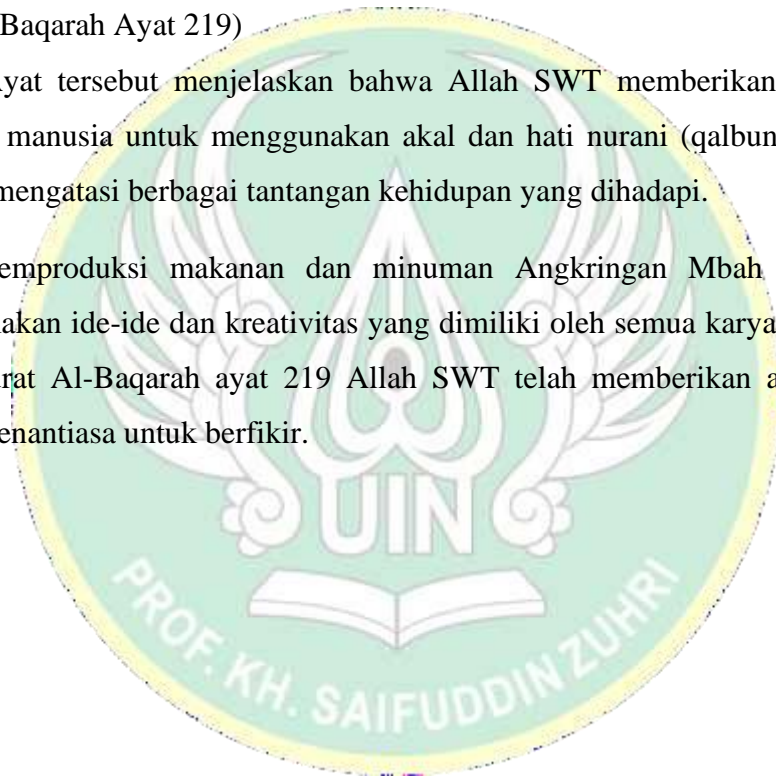
يَ لِي عَ عِ  
وَنَ لِي نِ  
أَلْ

وَيَسْأَلُونَكَ عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْمُونِ قُلْ إِنَّهُمَا بَعْضُ الذُّلْمِ وَبَعْضٌ نَفْسٌ مُّذْمُومَةٌ وَإِنَّهُمَا بَعْضُ الْفَحْشَاءِ الْكَبِيرَةِ قُلْ لِيُحْكَمَ مِنْكُمْ وَيُعْتَقَلْ مِنَ الْكُفْرِ أَتَىٰ عَلَىٰ الْبَشَرِ لَكِبٌ إِنَّهُمَا يُؤَدَّبُونَ

Artinya: “Mereka bertanya kepadamu (Nabi Muhammad SAW) tentang khamar dan judi. Katakanlah: “pada keduanya terdapat dosa yang besar dan beberapa manfaat bagi manusia”. (Akan tetapi), dosa keduanya lebih besar daripada manfaatnya.” Mereka (juga) bertanya kepadamu tentang apa yang mereka infakkan, katakanlah, “(yang diinfakkan adalah) kelebihan (dari apa yang diperlukan).” Demikianlah Allah SWT menerangkan ayat-ayatnya kepadamu agar kamu berpikir. (Q.S Al-Baqarah Ayat 219)

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah SWT memberikan kebebasan kepada manusia untuk menggunakan akal dan hati nurani (qalbunya) mereka dalam mengatasi berbagai tantangan kehidupan yang dihadapi.

Dalam memproduksi makanan dan minuman Angkringan Mbah Ao sangat mengutamakan ide-ide dan kreativitas yang dimiliki oleh semua karyawan. sesuai dengan surat Al-Baqarah ayat 219 Allah SWT telah memberikan akal kepada umatnya senantiasa untuk berfikir.





## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah jenis penelitian yang bersifat kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang dilakukan dengan metode sistematis untuk mengangkat data yang ada dilapangan. (Hardani dkk, 2020) penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang fokus pada isu-isu sosial, budaya, dan perilaku manusia. Metode ini bersifat deskriptif dan menggunakan pendekatan induktif. Dalam penelitian kualitatif deskriptif, peneliti harus menggambarkan objek, fenomena, atau konteks sosial secara naratif dengan menekankan penggunaan kata-kata atau gambaran dari pada angka dalam menyajikan data dan fakta yang dikumpulkan. Tujuan dan penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki (Rijali, Ahmad, 2018).

Pelaksanaan penelitian kualitatif ini melibatkan keterlibatan aktif dari penelitian yang secara berurutan melakukan tahapan penelitian dan observasi langsung di lapangan (tempat penelitian), lalu peneliti menggambarkan hasil dalam bentuk narasi yang terkait dengan “Penerapan Analisis SWOT dan Analisis SOAR Sebagai Startegi Pengembangan Produk Pada Usaha Angkringan Mbah Ao”.

#### **B. Lokasi dan Waktu Penelitian**

##### **1. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Angkringan Mbah Ao yang beralamat di Jalan Pahlawan Tanjung, Kecamatan Purwokerto Selatan, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah.

##### **2. Waktu Penelitian**

Waktu kegiatan penelitian ini dilakukan dengan beberapa tahap:

- a. Tahap pertama pada bulan agustus 2023 untuk melakukan study pendahuluan.

- b. Tahap kedua dilakukan pada bulan 10 Oktober – 11 Desember 2023 untuk mendapatkan informasi yang akurat dan memperoleh data penelitian yang diperlukan dengan tingkat akurasi dan kejelasan yang optimal mengenai penerapan Analisis SWOT dan Analisis SOAR sebagai strategi pengembangan produk usaha angkringan mbah ao di tanjung purwokerto selatan.

## C. Subjek dan Objek Penelitian

### 1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian merujuk kepada objek, individu, atau lokasi yang digunakan untuk mengumpulkan data terkait dengan variabel yang menjadi fokus penelitian. Dalam pandangan Syaifuddin Azwar (2017), subjek penelitian adalah sumber utama yang memiliki informasi terkait variabel-variabel yang sedang diteliti.

**Tabel 3.1**  
**Subjek dan Objek penelitian Angkringan Mbah Ao Tanjung Purwokerto Selatan**

No	Subjek Penelitian
1.	Pemilik Angkringan Mbah Ao
2.	Owner Angkringan Mbah Ao
3.	Karyawan Angkringan Mbah Ao
4.	Pelanggan Angkringan Mbah Ao

Subjek pada penelitian ini adalah:

- a) Mbah Ao selaku pemilik Angkringan.
- b) Bapak tatang selaku owner dari Angkringan Mbah AO.
- c) Bapak Ari selaku karyawan.
- d) Pelanggan setia Angkringan Mbah Ao

### 2. Objek Penelitian

Variabel yang signifikan dalam penelitian ini disebut sebagai objek penelitian. Menurut Sugiyono, objek penelitian adalah tinjauan untuk mendapatkan data dengan tujuan kegunaan tertentu tentang sesuatu objektif,

valid, dan reliabel (sugiyono). Objek dari penelitian ini adalah Angkringan Mbah Ao Tanjung Purwokerto Selatan.

#### **D. Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian memiliki berbagai makna, yakni subjek-subjek tempat peneliti memperoleh data tersebut. Sumber data terbagi menjadi dua yaitu : sumber data primer dan sumber data skunder . Data yang diperoleh secara langsung dari responden oleh peneliti disebut juga data primer, sedangkan sumber data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada (Sugiono, A., 2021).

##### **1. Sumber Data Primer**

Riset lapangan ini dengan melakukan wawancara kepada pihak terkait untuk memperoleh data yang benar-benar dipertanggungjawabkan kebenarannya. Menurut ari kunto defnisi data primer adalah informasi yang diperoleh langsung dari sumber pertama, biasanya melalui proses seperti wawancara, penelusuran, dan metode serupa. Selain itu sumber penelitian yang digunakan berasal dari dokumentasi yang dijadikan acuan dan informasi yang diperlukan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a) Mbah Ao selaku pemilik Angkringan.
- b) Bapak tatang selaku owner dari Angkringan Mbah AO.
- c) Bapak Ari selaku karyawan.
- d) Pelanggan setia Angkringan Mbah Ao.

##### **2. Sumber Data Sekunder**

Data sekunder adalah - suatu cara membaca, memahami, dan mempelajari dari ketersediaan sumber-sumber lain sebelum penelitian dilakukan (Herviani, Vina, Angky Febriansyah, 2016). Studi literatur adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk menggali referensi teoritis guna mengisis atau menguatkan informasi yang telah ada. Yang dilakukan dengan cara membaca berbagai buku, jurnal, mengevaluasi literatur, dan catatan yang relevan dengan topik yang dibahasn sehingga dapat menyediakan dasar teoritis dan acuan yang lebih kokoh.

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

### **1. Observasi**

Observasi adalah sebuah tindakan pengamatan yang sengaja dilakukan secara langsung dengan mengunjungi lokasi penelitian untuk mengumpulkan informasi. Pengamatan ini merupakan metode pengumpulan data yang melibatkan pencatatan sistematis dari fenomena yang sedang diteliti sesuai dengan kenyataan yang terjadi. Metode observasi sering dipilih dalam penelitian karena dapat disesuaikan dengan tujuan penelitian, mencatat data secara terstruktur, dan memungkinkan pengendalian terhadap reliabilitas dan validitasnya (Meleong, I. J, 2010).

Untuk penelitian yang dilakukan peneliti ini tentunya menggunakan Teknik observasi dengan cara mengamati dan mencatat realita-realita khususnya mengenai penerapan Analisa SWOT dan Analisis SOAR dalam strategi pengembangan pada produk usaha Angkringan Mbah Ao di Purwokerto.

### **2. Wawancara**

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk menggali informasi yang relevan dengan subjek penelitian. Wawancara merupakan sebuah kegiatan pengumpulan data yang dilakukan dengan cara berdialog antar dua orang atau lebih yang diarahkan oleh seseorang dengan tujuan untuk memperoleh sebuah keterangan atau data (Salim, Syahrin, 2021).

Pada penelitian ini teknik wawancara sangatlah penting dalam proses pengumpulan data. Wawancara yang digunakan dalam penghasil informasi atau sumber data dan membantu peneliti menjawab semua pertanyaan mengenai analisis SWOT dan analisis SOAR ialah pemilik, manager, dan Konsumen Angkringan Mbah Ao.

### **3. Dokumentasi**

Dokumentasi memiliki peran penting sebagai sumber data yang digunakan dalam keperluan penelitian. Pada penelitian kualitatif, penelitian harus memiliki kemampuan untuk menginterpretasi temuan tersebut. Untuk

memastikan keabsahan hasil penelitian, peneliti juga membutuhkan data sekunder. Data sekunder ini dapat berupa berbagai jenis dokumen seperti arsip, foto, catatan, atau berkas-berkas lain yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan (Afifuddin. B. A, 2012).

#### **F. Teknis Analisis Data**

Pada penelitian ini Teknik analisis yang digunakan adalah Teknik analisis deskriptif kualitatif dimana Teknik ini digunakan dengan cara mengelola data dengan kata-kata serta argumen yang apa adanya sesuai dengan hasil observasi. Adapun Teknik analisis data yang diterapkan dalam pendekatan ini adalah sebagai berikut:

##### **1. Reduksi Data**

Merupakan suatu langkah analisis yang melibatkan pemilihan, fokus, penyederhanaan, abstraksi, dan transformasi data yang muncul Selama penelitian lapangan. Penggolongan ini mencakup klasifikasi atau simplifikasi data yang relevan, serta penghapusan data yang tidak relevan. Pereduksian data saling berhubungan melalui sebuah kesimpulan serta penyajian data (Rijali A, 2018)

Reduksi data dalam penelitian ini dilakukan dengan menghimpun dan merangkum informasi yang difokuskan pada aspek-aspek yang terkait dengan penerapan Analisis SWOT dan Analisis SOAR sebagai strategi pengembangan produk pada usaha Angkringan Mbah Ao di Tanjung Purwokerto Selatan.

##### **2. Penyajian Data**

Merupakan metode analisis data yang melibatkan pengaturan data yang relevan untuk menghasilkan informasi yang dapat diambil kesimpulannya, sehingga mempermudah perencanaan penelitian selanjutnya. Teknik analisis data ini memungkinkan pengambilan tindakan yang tepat. Data dapat disajikan dalam bentuk catatan lapangan, grafik, atau diagram untuk mengintegrasikan sumber-sumber informasi yang telah diperoleh. Hal ini dilakukan untuk menentukan apakah kesimpulan yang ditarik sudah sesuai dan tepat atau harus dilakukan peninjauan ulang (Rijal A, 2018).



Dalam penelitian ini data disajikan melalui pengelompokan data yang serupa untuk mempermudah proses kesimpulan. Data yang dipresentasikan mencakup informasi mengenai Penerapan Analisis SWOT dan Analisis SOAR sebagai Strategi Pengembangan Produk Pada Usaha Angkringan Mbah Ao di Tanjung Purwokerto Selatan.

### 3. Verifikasi Data

Suatu metode analisis data yang bertujuan untuk memastikan bahwa seluruh proses pengumpulan informasi atau data yang ditemukan di lapangan tidak mengandung kesalahan signifikan. Proses ini juga dilakukan untuk memperoleh bukti-bukti yang kuat dapat mendukung langkah selanjutnya dalam pengumpulan data. Keakuratan data ini diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap kelancaran dan keberhasilan penelitian yang mendalam (hayati,2021)

### 4. Penarikan Kesimpulan

Teknik analisis data dengan cara penarikan kesimpulan merupakan kegiatan yang berisi bukti-bukti kuat dan konsisten sesuai apa yang ditemukan di lapangan, yang kemudian nantinya sebuah kesimpulan tersebut akan menjadi informasi lengkap yang mencakup hasil keseluruhan dari penelitian. Kesimpulan dapat disajikan dalam laporan penelitian pada bagian bab penutup. Seorang peneliti harus sering melakukan kegiatan penarikan kesimpulan saat mereka melakukan observasi lapangan (Rijali, A, 2018).

Kesimpulan dalam penelitian ini berbentuk deskripsi dalam bentuk teks naratif yang menjelaskan tentang Penerapan Analisis SWOT dan Analisis SOAR sebagai Strategi Pengembangan Produk Pada Usaha Angkringan Mbah Ao di Tanjung Purwokerto Selatan.

## **G. Teknik Keabsahan Data**

Peneliti menggunakan Teknik triangulasi untuk memeriksa keandalan data yang diperoleh. Teknik ini melibatkan penggabungan beberapa metode pengumpulan data dan sumber yang tersedia, termasuk memanfaatkan informan sebagai alat untuk menguji keandalan dan menganalisis hasil penelitian. Asumsinya adalah bahwa informasi yang diperoleh dari observasi peneliti akan

menjadi lebih jelas dan akurat jika metode wawancara atau dokumentasi digunakan Bersama untuk menginformasikan keandalan informasi yang diperoleh dari kedua metode tersebut (Nugraha, J., 2023).

#### 1. Uji Kredibilitas

Kriteria ini bertujuan untuk memastikan bahwa data dan informasi yang dikumpulkan memiliki kebenaran, sehingga hasil penelitian kualitatif dapat diandalkan oleh pembaca yang kritis dan diterima oleh responden yang memeberikan informasi (Sugiyono, 2017). Uji kredibilitas dilakukan melalui triangulasi data yaiyu pemeriksa data dari berbagai sumber dengan berbagai metode dan pada berbagai waktu. Berikut jenis-jenis tiangulasi data yang melibatkan:

##### a) Triangulasi Sumber

Memeriksa data kepada sumber yang diperoleh dari beberapa sumber, seperti membandingkan data hasil pengamatan dengan data dari wawancara narasumber.

##### b) Triangulasi Teknik

Memeriksa data kepada sumber yang sama menggunakan Teknik yang berbeda, seperti membandingkan data hasil observasi dengan data dari wawancara.

##### c) Triangulasi Waktu

Melakukan pemeriksaan data dalam waktu yang berbeda, seperti memebandingkan data hasik wawancara, observasi, atau Teknik lainnya yang dilakukan pada waktu yang berbeda

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Tempat Penelitian

##### 1. Sejarah Singkat Angkringan Mbah Ao

Angkringan Mbah Ao merupakan sebuah usaha yang berdiri dibidang kuliner. Angkringan Mbah Ao berdiri sejak tahun 2007 dan menjadi angkringan yang paling pertama di Jl Pahlawan, Tanjung, Kec Purwokerto Selatan, Kab Banyumas, Purwokerto, Jawa Tengah. Dengan letak yang strategis dekat dengan persimpangan Tanjung yang merupakan jalan alternatif untuk para pengunjung dari berbagai daerah luar Jawa Tengah.

Angkringan Mbah Ao memiliki sejarah yang unik, bermula dari nama Angkringan tersebut yang sangat unik diambil dari panggilan cucunya kepada kakeknya yang memiliki Angkringa tersebut. Kemudian dari cita-cita Mbah Ao menyediakan tempat yang ramah dan terjangkau bagi masyarakat untuk menikmati hidangan khas Jawa. Pada awalnya, Angkringan sederhana ini hanya menawarkan beberapa menu saja, namun dengan dedikasi Mbah Ao dan pelayanan yang hangat, Angkringan Mbah Ao ini menjadi tempat kuliner yang dicintai dan banyak dijumpai oleh pengunjung.

Seiring berjalanya waktu, Angkringan Mbah Ao menghadirkan perubahan, terutama dalam variasi menu dan perluasan lahan. Awalnya hanya menawarkan hidangan khas Jawa yang sederhana seperti: Wedang Jahe, Sego Kucing, dan Mendoan, namun kini menu Angkringan Mbah Ao semakin beragam dengan penambahan sajian-sajian baru yang lezat. Selain itu, untuk memenuhi kebutuhan pengunjung yang semakin bertambah, lahan Angkringan Mbah Ao pun diperluas agar pengunjung nyaman untuk menikmati kuliner khas Jawa yang sangat unik.

Berikut hasil wawancara mengenai pendapatan perbulan Angkringan Mbah Ao dari bulan januari- pertengahan desember 2023:

**Tabel 4.1**  
**Pendapatan Angkringan Mbah Ao bulan Januari-Desember 2023**

NO	Bulan	Jumlah
1.	Januari	Rp. 66.535.000,-
2.	Februari	Rp. 65.256.000,-
3.	Maret	Rp. 66.153.000,-
4.	April	Rp. 67.198.000,-
5.	Mei	Rp. 67.205.000,-
6.	Juni	Rp. 66.728.000,-
7.	Juli	Rp. 67.210.000,-
8.	Agustus	Rp. 66.945.000,-
9.	September	Rp. 67.267.000,-
10.	Oktober	Rp. 60.137.000,-
11.	November	Rp. 61.578.000,-
12.	Desember	Rp. 25.760.000,-

## 2. Visi, Misi, dan Tujuan

### a. Visi

“Pusat kuliner yang menjadi destinasi utama, diakui oleh masyarakat sebagai tempat yang menghadirkan keunikan cita rasa hidangan khas Jawa. Dengan mempertahankan tradisi dan kualitas, Angkringan Mbah Ao menjadi warung yang memberikan pengalaman kuliner yang tak terlupakan dan menjadi bagian integral dari warisan kuliner lokal.”

### b. Misi

- 1) Memberikan pengalaman kuliner yang autentik dan berkualitas tinggi kepada pelanggan dengan menjaga keaslian cita rasa hidangan khas Jawa.
- 2) Angkringan Mbah Ao berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang sangat ramah dan hangat, menciptakan suasana yang nyaman dan bersahabat bagi semua pelanggan,

- 3) Melalui inovasi dalam menu dan kualitas pelayanan, Angkringan Mbah Ao juga bertujuan untuk terus berkembang dan menjadi destinasi kuliner yang dicintai oleh masyarakat.

c. Tujuan

“Memberikan pengalaman kuliner unik dan menyenangkan bagi pelanggan, serta menciptakan atmosfer warung yang ramah dan hangat. Melalui Angkringan Mbah Ao pendiri juga berharap untuk memperkaya dan melestarikan warisan kuliner lokal, sekaligus berkontribusi positif pada ekonomi lokal dan membuka lapangan pekerjaan di komunitas setempat.”

3. Logo Angkringan Mbah Ao



**Gambar 4.1 Logo Angkringan Mbah Ao**

4. Makna Logo Angkringan Mbah Ao

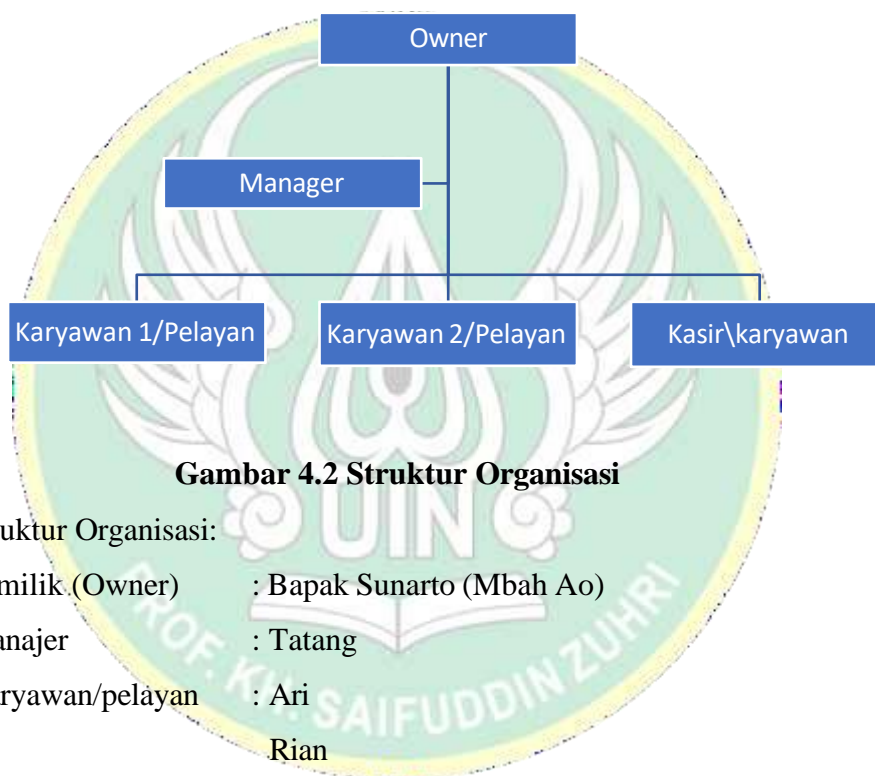
Logo Angkringan Mbah Ao terdiri dari 3 simbol yakni gunung, batik suwung, dan gapura. Makna simbol Gunung terutama jika ditempatkan dalam konteks budaya atau sejarah tertentu bisa menjadi simbol kedalaman tradisi. Angkringan Mbah Ao ingin menekankan bahwa mereka memahami dan menghormati tradisi kuliner khas Jawa serta menyajikan hidangan dengan cita rasa yang mengakar dalam nilai-nilai lokal. Makna simbol pada batik suwung adalah jika batik suwung dianggap warisan budaya Jawa. Maka penggunaannya di Angkringan Mbah Ao bisa mencerminkan keinginan untuk melestarikan dan mempromosikan kearifan lokal. Makna simbol pada gapura



sebagai pintu gerbang tradisional Jawa bisa diartikan sebagai simbol pembuka jalan menuju keberuntungan dan kesuksesan pada Angkringan Mbah Ao.

#### 5. Struktur Organisasi Angkringan Mbah Ao

Dalam pengelolaan sumber daya manusia, Angkringan Mbah Ao membagi tugas ke dalam beberapa karyawannya sesuai dengan keahliannya. Berikut merupakan struktur organisasi Angkringan Mbah Ao:



**Gambar 4.2 Struktur Organisasi**

Struktur Organisasi:

Pemilik (Owner) : Bapak Sunarto (Mbah Ao)

Manajer : Tatang

Karyawan/pelayan : Ari  
Rian

Kasir : Suliana

#### 6. Deskripsi Jabatan (*Job Description*)

Berikut ini job description dari masing-masing posisi yang terdapat dalam struktur organisasi Angkringan Mbah Ao:

##### a. Owner

Yang bertanggung jawab untuk menentukan peraturan dan kebijakan tertinggi perusahaan dan bertanggung jawab dalam memimpin perusahaan.

##### b. Manajer

Yaitu bertanggung jawab untuk mengelola operasional perusahaan dan mengelola perusahaan sesuai dengan visi dan misi Angkringan Mbah Ao

c. Karyawan/Pelayan

Bertanggung jawab untuk memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan.

d. Kasir

Yang bertanggung jawab untuk melakukan transaksi keuangan di Angkringan Mbah Ao.

7. Produk Angkringan Mbah Ao



Gambar 4.3 Menu Angkringan Mbah Ao

Tabel 4.2

Daftar Harga Produk Angkringan Mbah AO

No	Makanan	Banyak	Harga
1.	Mendoan	1 Buah	Rp. 1.500;
2.	Bakwan	2 Buah	Rp. 1.500;
3.	Tahu goreng tepung	2 Buah	Rp. 1.500;
4.	Dage goreng tepung	2 Buah	Rp. 1.500;
5.	Tahu Berontak	1 Buah	Rp. 2.000;
6.	Tape Goreng	1 Buah	Rp. 1.500;
7.	Pisang goreng	1 Buah	Rp. 1.500;
8.	Lumpia	1 Buah	Rp. 1.500;
9.	Timus	1 Buah	Rp. 1.500;

10	Piscok	1 Buah	Rp. 1.500;
11	Sate ati ampela	1 Tusuk	Rp. 2.500;
12	Sate kepala ayam	1 Tusuk	Rp. 4.000;
13	Sate usus	1 Tusuk	Rp. 2.000;
14	Sate kikil	1 Tusuk	Rp. 2.500;
15	Sate tutut	1 Tusuk	Rp. 2.500;
16	Sate kerrang	1 Tusuk	Rp. 2.500;
17	Sate Telor Puyuh	1 Tusuk	Rp. 3.500;
18	Bakso bakar	1 Tusuk	Rp. 2.500;
19	Sosis bakar	1 Tusuk	Rp. 2.500;
20	Tempura bakar	1 Tusuk	Rp. 2.500;
21	Nasi bakar	1 Bungkus	Rp. 5.000;
22	Nasi kucing isi tongkol suir	1 Bungkus	Rp. 2.500;
23	Arem-arem	1 Buah	Rp. 2.500;
24	Ayam rica-rica	1 Bungkus	Rp. 4.000;
25	Mie goreng	1 Bungkus	Rp. 2.500;

No	Minuman	Harga
1.	Jahe susu ukuran gelas besar	Rp. 7.000;
2.	Jahe susu ukuran gelas kecil	Rp. 4.000;
3.	Teh anget/Es	Rp. 4.000;
4.	Jeruk anget/Es	Rp. 4.000;
5.	Teh tawar anget	Rp. 3.000;
6.	Air es/air bening	Rp. 1.500;

## B. Hasil Penelitian

### 1. Analisis SWOT

Berdasarkan temuan dari penelitian ini terdapat empat indikator yang dapat digunakan untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam upaya memformulasikan strategi pengembangan produk pada usaha Angkringan Mbah Ao.

a) Kekuatan (*Strenght*)

Kekuatan memiliki ciri-ciri yang meningkatkan nilai suatu hal dan menjadi salah satu keunggulan dari pada yang lain. Kekuatan dapat berasal dari berbagai aspek termasuk sumber daya keuangan, citra, kepemimpinan pasar, hubungan antara pembeli dan pemasuk, serta faktor-faktor lainnya. Dari hal tersebut dapat dilihat dari hasil wawancara peneliti yang telah dilaksanakan pada tanggal 6 November 2023 dengan Bapak Tatang selaku Manajer Angkringan Mbah Ao.

Menurut bapak keunikan bagaimana yang dimiliki oleh Angkringan Mbah Ao?

*“keunikan yang dimiliki oleh Angkringan Mbah Ao ini terletak pada hidangan khasnya yaitu jahe susu. Dalam konteks angkringan, jahe susu menjadi daya Tarik utama yang membedakan tempat tersebut dari angkringan lainnya. Kemudian jahe susu yang disajikan dengan keaslian bahan-bahan alami dan kelembutan susu murni, menciptakan kombinasi yang memanjakan lidah pada pelanggan”.  
Apa keunggulan yang dimiliki Angkringan Mbah Ao?*

*“keunggulan yang dimiliki angkringan mbah ao dimuali dari inovasi menu termasuk hidangan khas salah satunya jahe susu dan nasi kucing lalu ada harganya yang sangat terjangkau, kami juga fokus dengan cita rasa yang khas dari sejak 2007 hingga saat ini rasa jahe susunya masih sama karna tidak ada campur tangan lainnya, tempat ataupun lokaisnya sangat strategis”.*

b) Kelemahan (*weakness*)

Kelemahan merujuk pada faktor-faktor yang melibatkan keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapanilitas yang secara signifikan menghambat kemampuan perusahaan untuk berkinerja secara efektif. Fasilitas, sumber daya keuangan, keterampilan manajemen, kemampuan pemasaran, dan citra merek dapat diidentifikasi sebagai sumber-sumber potensial dari kelemahan (Pearce dan Robinson, 1991:182).

Dari hal tereut dapat dilihat dari hasil wawancara yang telah dilakukan pada tanggal 6 November 2023 dengan Bapak Tatang selaku Manajer Angkringan Mbah Ao.

Presepsi apa yang yang menjadi kelemahan bagi pelanggan Angkringan Mbah Ao?

*“mulai dari menu ada beberapa pelanggan yang mengeluh mengenai produk makanan yang belum ada penambahan. Mungkin beberapa pelanggan merasa bosan. Kami juga masih kurang faham mengenai kebutuhan dan keinginan pasar atau penyesuaian yang tidak tepat terhadap tren dan preferensi pelanggan. Kemudian untuk lahan yang sempit sehingga mengganggu kenyamanan pelanggan tidak hanya itu lahan dari parkir pun sangat mepet dengan jalan raya itu juga mengganggu pengguna jalan”.*

Dari hasil penjelasan tentang kelemahan dari Angkringan Mbah Ao harus segera melakukan penambahan produk makanan. Kemudian memperluas dan memperbaiki lahan makan dan tempat parkir sehingga pelanggan menjadi terasa nyaman dan semakin banyak pelanggan baru yang mengunjungi. Tidak hanya itu Angkringan Mbah Ao akan memasarkan produknya lewat Instagram ataupun facebook.

c) Peluang (*Opportunities*)

Peluang merujuk pada kondisi menguntungkan yang dapat ditemui dalam lingkungan perusahaan atau organisasi. Salah satu sumber peluang adalah tren-tren penting. Situasi peluang dapat muncul ketika pasar yang sebelumnya diabaikan, terjadinya perubahan dalam persaingan atau peraturan, terjadinya kemajuan teknologi, atau ketika hubungan dengan pelanggan atau pemasok meningkat. Identifikasi dan pemanfaatan peluang tersebut dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan.

Hal ini dapat dilihat dari hasil wawancara kepada Bapak Tatang selaku Manajer Angkringan Mbah Ao pada tanggal 6 November 2023.

Menurut bapak kesempatan apa saja yang dapat diambil untuk saat ini dalam mengembangkan produk angkringan mbah ao?

*“kesetiaan pelanggan saat ini sangat membantu meyakinkan kita bahwa produk atau makanan yang kita sajikan sangat disukai dan dinikmati oleh pelanggan. Memanfaatkan kemajuan teknologi untuk menciptakan produk baru, lalu fokus dengan mengamati dan mengadaptasi produk terhadap perubahan kebiasaan konsumen, terutama setelah pandemi”.*



Bagaimana untuk strategi pemasaran yang dilakukan Angkringan Mbah Ao?

*“untuk pemasarannya kami ini ada kemitraan dengan bisnis atau komunitas lokal untuk meningkatkan visibilitas dan mendapatkan dukungan dari pelanggan, terkadang banyak sekali konten creator atau para pecinta kuliner ini membuat konten atau flog yang berkaitan dengan keunikan atau keunggulan dari kuliner angkringan mbah ao”.*

d) Ancaman (*threats*)

Ancaman adalah kondisi yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman menjadi gangguan utama terhadap posisi saat ini atau yang diinginkan oleh perusahaan. Ancaman dapat muncul dalam berbagai bentuk, seperti kemunculan pesaing baru, pertumbuhan pasar yang lambat, peningkatan negoisasi dari pihak pembeli atau pemasok, perubahan teknologi, dan penerapan peraturan baru.

Hal ini dapat dilihat dari hasil wawancara kepada Bapak Tatang selaku Manajer Angkringan Mbah Ao pada tanggal 6 November 2023.

Menurut bapak faktor apa saja yang dapat mengancam Angkringan Mbah Ao?

*“semakin maju perkembangan dunia kuliner, banyak sekali angkringan lain atau bisnis makan sejenis yang menawarkan produk yang serupa atau lebih baik ini menjadi salah satu ancaman kami, kemudian kondisi ekonomi masyarakat yang hingga saat ini masih belum stabil karna pasca pandemi sedangkan untuk saat ini harga BBM juga naik maka dari itu kami juga menaikkan sedikit harga produk kami”.*

Dari penjelasan di atas ini menjadi ancaman bagi Angkringan Mbah Ao dalam mengembangkan suatu produknya. Karena seiring berjalanya waktu dan tahun banyak sekali pembisnis yang menawarkan produk yang mengikuti tren. Selain itu pasca pandemi ekonomi masyarakat yang belum stabil dan kenaikan harga BBM sehingga kebutuhan kehidupan sehari-hari pun menjadi mahal.

## 2. Analisis SOAR

a. Kekuatan (*Strenght*)

Nilai tambah atau keunggulan pada Analisis SOAR pada suatu perusahaan terletak pada faktor kekuatan. Keunggulan menjadi jelas ketika suatu perusahaan memiliki aspek yang secara khusus lebih unggul dibandingkan dengan pesaing lainnya. Hal ini, dapat memuaskan pemangkau kepentingan (*stakeholders*) dan para pelanggan.

Keunggulan dan keunikan yang dimiliki oleh Angkringan Mbah Ao terletak pada hidangannya, dikarenakan produk dari Angkringan yang menjadi ciri khas terletak pada jahe susu dan sego kucing. Selain itu mempunyai rasa yang sangat autentik yang terbuat dari bahan-bahan alami dengan harga yang sangat terjangkau sehingga sangat menarik perhatian pengunjung.

b. Peluang (*Opportunities*)

Peluang yang dimiliki pada Analisis SOAR merupakan keadaan dalam lingkungan eksternal organisasi yang bersifat menguntungkan dan dapat menjadi sarana untuk mengembangkan suatu perusahaan. Peluang-peluang yang ada perlu dielaborasi berdasarkan probabilitas keberhasilan. Salah satu persyaratan untuk kesuksesan suatu perusahaan atau organisasi adalah kemampuannya dalam memanfaatkan sepenuhnya peluang-peluang yang ada.

Peluang besar yang menjadi acuan bagi Angkringan Mbah Ao membangun suatu produk yang fokus pada berkelanjutan dan ramah lingkungan untuk mengetahui kesadaran pengunjung. Memanfaatkan kemajuan teknologi untuk menciptakan produk yang lebih inovatif dan efisien. Mengikuti tren dan kebutuhan pasar yang berkembang untuk menciptakan produk yang relevan dan diminati oleh pelanggan.

c. Aspirasi (*Aspiration*)

Aspirasi mengacu pada visi atau cita-cita yang ini dicapai oleh perusahaan. Dengan melibatkan gambaran positif tentang masa depan yang diinginkan oleh perusahaan tersebut, dimana mereka bercita-cita

untuk mencapai prestasi yang tinggi dan mewujudkan tujuan jangka Panjang.

Dengan ini dapat dilihat dari hasil wawancara pada tanggal 6 November 2023 dengan Bapak Tatang selaku Manajer Angkringan Mbah Ao.

Menurut bapak faktor internal apa yang diidentifikasi menjadi aspirasi/harapan bagi angkringan mbah ao?

*“harapan saya ini banyak mba untuk angkringan mbah ao tapi mungkin yang saya sebutkan ada beberapa seperti mempertahankan standar kualitas tinggi dalam produk yakni ada pada rasa makanan dan minum terutama untuk makanan adalah sego kucing dan minumannya adalah jahe susu. Menjadikan angkringan ini sebagai salah satu kuliner khas jawa dengan cita rasa yang autentik dan akan disukai oleh semua kalangan. Membangun citra yang kuat dan produknya yang dikenal dikalangan masyarakat yang tidak hanya masyarakat jawa saja,”*

d. Result (Hasil)

Hasil merujuk pada pencapaian konkret yang diinginkan dan dapat diukur oleh suatu perusahaan. Hasil ini mencerminkan pencapaian dari aspirasi atau harapan yang telah ditetapkan, yang melibatkan pencapaian kinerja finansial, pertumbuhan penjualan, peningkatan pangsa pasar, keberhasilan inisiatif tertentu, atau pencapaian tujuan-tujuan lainnya.

Dengan ini dapat dilihat dari hasil wawancara pada 6 November 2023 dengan Bapak Tatang selaku Manajer Angkringan Mbah Ao.

Menurut bapak apakah ada faktor keberhasilan yang dihasilkan dari mengembangkan suatu produk pada angkringan mbah ao?

*“alhamdulillah dari yang kami lihat ada beberapa keberhasilan seperti memiliki banyak pelanggan yang setia dikarenakan cita rasanya yang unik dan masih sama dari awal dibangunnya angkringan, terciptanya kepercayaan pelanggan kepada angkringan ini, menarik perhatian konsumen dengan aroma jahe susu yang khas, yang terpenting meningkatkan pendapatan kami.”*

Dari penjelasan diatas ini menjadi suatu kebanggaan bagi Angkringan Mbah Ao. Namun bukan berarti dengan adanya hasil tersebut menjadi suatu kesombongan bagi angkringan. Tetapi melainkan menjadi motivasi

pengusaha beserta karyawannya untuk tetap mempertahankan hasil tersebut dan semakin meningkat.

### 3. Karakteristik Informan

Hasil indentifikasi karakteristik informan dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Informan**

No	Nama	Umur	Jabatan
1.	Sunarto (Mbah Ao)	74 tahun	Owner
2.	Tatang	56 tahun	Manajer
3.	Ari	45 tahun	Kasir/karyawan
4.	Reza Duwi	20 tahun	Pelanggan
5.	Galih panca utama	23 tahun	Pelanggan
6.	Feni oktafiani	23 tahun	Pelanggan

(Sumber: Hasil Review Wawancara)

Jumlah infroman dalam penelitian ini ada 7 orang. Pertama Bapak Sunarto (mbah ao) selaku Pemilik atau Owner Angkringan Mbah Ao, Bapak Tatang selaku Manajer Angkringan Mbah Ao, Suliana selaku kasir Angkringan Mbah. Ao, dan 4 lainnya adalah pelanggan setia Angkringan Mbah Ao.

### B. Pembahasan Strategi Pengembangan Produk Usaha Yang Diterapkan Di Angkringan Mbah Ao

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi yang diterapkan dalam pengembangan produk Angkringan Mbah Ao di Purwokerto. Dengan mengenali faktor-faktor yang mendukung dan menghambat, hal ini dapat mempermudah analisis yang dapat dijadikan panduan atau referensi. Informasi ini diharapkan dapat menghasilkan ide-ide yang berguna untuk mengembangkan produk dalam



bisnis Angkringan Mbah Ao. Strategi pengembangan produk yang diterapkan oleh Angkringan Mbah Ao yakni sebagai berikut:

### 1. Strategi Kualitas Produk

Strategi kualitas produk dalam sebuah perusahaan adalah tindakan pengelola kualitas yang dijalankan oleh perusahaan guna menciptakan produk sesuai yang diharapkan oleh konsumen. Tanpa upaya pengembangan produk dapat menimbulkan ketidakpuasan pelanggan dan pada akhirnya berdampak pada penurunan hasil penjualan.

Meningkatkan kualitas dan kuantitas dari produk merupakan salah satu strategi yang dilakukan oleh Angkringan Mbah Ao. Namun, suatu rencana telah disusun untuk mengembangkan usaha ini dengan tetap menstabilkan harga produk tersebut secara pesat dimasa yang akan datang. Strategi ini dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan minat pembeli terhadap produknya, dengan harapan dapat meningkatkan posisi produk dalam persaingan.

Dalam wawancara dengan Bapak Tatang selaku manajer Angkringan Mbah Ao mengatakan bahwa:

*“karena angkringan ini adalah kuliner khas jawa dengan ciri khasnya sego kucing dan wedang jahe hampir semua masyarakat menyukai, jadi dari kami ini juga menambahkan beberapa menu untuk menemani sego kucing dan wedang jahe itu mba, seperti beberapa macam persatean dan gorengan. Yang paling terpenting soal rasa wedang ronde dan sego kucingnya yang menjadi ciri khas angkringan mbah ao dan berbeda dari angkringan lainnya”.*

Dalam hal ini Angkringan Mbah Ao juga diperlukan inovasi produk untuk menciptakan dan mengembangkan produk yang sesuai permintaan pasar. Kualitas produk memiliki hubungan yang kuat dengan kepuasan konsumen. Ketika konsumen merasa puas dengan suatu produk, maka posisi produk tersebut dalam persaingan akan semakin meningkat.

### 2. Strategi Produksi

Dalam proses produksi terdapat persyaratan-persyaratan yang harus dipenuhi untuk memastikan kesesuaian dengan persyaratan produk dan memuaskan pelanggan. Hal ini termasuk kebutuhan akan tenaga kerja yang



berkualifikasi dan memadai baik dari segi kuantitas maupun kualitas, peralatan masak yang siap digunakan dan terjaga kebersihannya, serta bahan baku yang segar dan tidak melawati batas tanggal kadaluarsa.

Bapak Tatang selaku manajer juga mengatakan bahwa

*“bahan baku itu bagi kami sangat penting atau paling utama, karena kalau bahan baku tersebut tidak segar berarti tidak enak untuk dimakan dan itu bisa mengecewakan para konsumen, bisa dilihat dari proses masak kami mulai dari menggoreng mendoan, tahu, dage, tape, pisang goreng dan masih banyak lagi, bahkan ketika arem-arem atau sego kucing kami kelihatan sudah sedikit kami langsung menyiapkan lagi”*.

### 3. Strategi Pemasaran

Pengembangan produk ini juga dipengaruhi oleh strategi pemasaran. Angkringan Mbah Ao menerapkan strategi pemasaran dengan menyebar informasi terkait Angkringan Mbah Ao melalui para floger atau selepgram. Untuk meningkatkan ketenaran di kalangan masyarakat. Kemudian Angkringan Mbah Ao juga bekerjasama dengan ulasan makanan atau influencer lokal untuk memperluas jangkauan.

### 4. Strategi Lingkungan

Lingkungan yang strategis merupakan elemen integral dari proses perencanaan strategis yang bertujuan untuk konsisten menempatkan perusahaan pada posisi yang strategis, memastikan bahwa perusahaan selalu berada pada posisi yang menguntungkan seiring dengan perkembangan waktu. Angkringan Mbah Ao juga menyediakan fasilitas yang bersih dan nyaman, interior di Angkringan Mbah Ao juga dirancang sedemikian rupa sehingga sangat nyaman. Meskipun demikian, terdapat keterbatasan dalam hal tempat parkir yang kurang luas meskipun letaknya dianggap strategis.

## C. Penerapan Analisis SWOT dan Analisis SOAR Sebagai Strategi Pengembangan Produk Usaha Angkringan Mbah Ao di Puwokerto

### 1. Analisis SWOT

#### a. Faktor Internal

Dari hasil penelitian yang mencakup gambaran umum mengenai Angkringan Mbah Ao, visi dan misi, hingga pemantauan terkini terhadap kondisinya, strategi yang diterapkan dan pencapaian kinerja dapat

diidentifikasi beberapa faktor internal yang memengaruhi Angkringan Mbah Ao sebagai berikut:

1) Kekuatan

a) Harga menu yang relatif murah

Harga yang terjangkau pada produk-produk dari Angkringan Mbah Ao dapat meningkatkan daya tarik pelanggan yang lebih banyak. Namun, penting untuk tetap memperhatikan dan mempertahankan kualitas menu yang diberikan kepada pelanggan dengan konsisten.

b) Cita rasa makanan

Cita rasa yang lezat dan unik merupakan salah satu aset utama dalam mengembangkan bisnis di bidang kuliner. Angkringan Mbah Ao selalu memberikan rasa yang menjadi ciri khas angkringan tersebut.

c) Pelayanan yang ramah

Pelayanan yang sangat ramah juga menjadi hal terpenting bagi Angkringan Mbah Ao. Sehingga pelanggan yang datang akan terasa senang dan menjadi pelanggan setia.

2) Kelemahan

a) Kurangnya penambahan menu

Kurangnya penambahan menu pada Angkringan Mbah Ao dikarenakan belum memahami kebutuhan atau keinginan pasar. Sehingga menjadi kelemahan bagi Angkringan Mbah Ao.

b) Tempat makan yang sempit

Tempat makan yang luas menjadi kenyamanan utama pelanggan untuk menikmati hidangan. Namun, keterbatasan tempat di Angkringan Mbah Ao ini masih sangat sempit, sehingga banyak pelanggan yang mengeluh.

c) Tempat parkir yang sempit

Tempat parkir juga menjadi salah satu kenyamanan bagi pelanggan yang memarkirkan kendaraanya. Pada Angkringan Mbah Ao tidak cukup luas dan sangat dekat jalan raya sehingga mengganggu

pengguna jalan dan sangat sulit memarkir kendaraan apalagi untuk pelanggan yang membawa kendaraan beroda empat.

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal ini juga menjadi hambatan bagi Angkringan Mbah Ao.

Berikut beberapa faktor eksternal Angkringan Mbah Ao:

1) Peluang

a) Adanya pelanggan setia

Pelanggan yang setia ini sangat membantu pihak Angkringan Mbah Ao tidak perlu lagi menghabiskan dana untuk memasarkan produknya karena telah terciptanya kepercayaan dari pelanggan. Dengan adanya pelanggan yang menjadi pengunjung yang setia kemungkinan besar mereka akan membagikan pengalaman positif dengan teman, kerabat, atau keluarga secara alami merekomendasikan Angkringan Mbah Ao.

b) Memanfaatkan kemajuan teknologi

Pemanfaatan kemajuan teknologi dapat memberikan berbagai peluang bagi suatu bisnis. Angkringan Mbah Ao dapat memanfaatkan platform online dan media sosial. Dengan memanfaatkan kemajuan teknologi besar kemungkinan menarik perhatian pengunjung.

c) Perubahan kebiasaan konsumen

Setelah pandemi banyak sekali perubahan salah satunya dengan perubahan kebiasaan konsumen. Seperti kesadaran akan kebersihan pada makanan sangat penting untuk kesehatan fisik dan mental. Dengan ini Angkringan Mbah Ao mengikuti perubahan tersebut.

d) Mengikuti kemitraan/komunitas

Mengikuti kemitraan/komunitas bisnis lokal ini juga menjadi peluang besar bagi Angkringan Mbah Ao guna untuk

meningkatkan visibilitas dan mendapatkan dukungan dari para pelanggan.

e) Bekerjasama dengan para konten creator

Bekerja sama dengan konten creator atau pembuat konten merupakan strategi pemasaran yang semakin populer dan efektif. Keuntungan bekerja sama dengan konten creator salah satunya jangkauan lebih luas memperkenalkan produk atau pelayanannya.

2) Ancaman

a) Banyaknya pesaing

Semakin berkembangnya dunia berbisnis maka semakin banyak pula para pesaing salah satunya di bidang kuliner. Hal ini ancaman bagi Angkringan Mbah Ao dan memberikan motivasi untuk tetap mempertahankan cita rasa.

b) Perekonomian masyarakat belum stabil

Setelah adanya pandemi covid-19 banyak sekali masyarakat yang kehilangan mata pencariannya salah satunya para pelanggan setia Angkringan Mbah Ao yang menjadikan perekonomian mereka menjadi menurun.

c) Kenaikan harga BBM

Kenaikan harga bahan bakar minyak (BBM) menjadi ancaman bagi usaha Angkringan Mbah Ao karena dapat berdampak langsung pada biaya operasional untuk pengadaan bahan baku.

**Tabel 4.4**

**Matrik Analisis SWOT Angkringan Mbah Ao**





### 1. Strategi S-O

Strategi ini menggunakan potensi yang dimiliki oleh perusahaan untuk memanfaatkan peluang yang muncul atau menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk meraih manfaat dari peluang eksternal. Dalam metode matrik ini akan ditarik kesimpulan yang menghasilkan keputusan-keputusan yang terbaik yang dapat membangun kemajuan perusahaan. Strategi S-O pada Angkringan Mbah Ao diantaranya:

- a) meningkatkan kualitas produk guna untuk menarik konsumen yang potensial. Kualitas produk yang sudah baik harus terus ditingkatkan melalui inovasi produk agar tetap memenuhi standar yang diinginkan oleh konsumen.
- b) Memasarkan produk secara online dengan memasarkan produk secara online seperti menggunakan media sosial dan internet guna untuk meningkatkan potensi penjualan.
- c) Meningkatkan inovasi produk dengan bertujuan untuk memberikan nilai tambah kepada konsumen.

### 2. Strategi W-O

Strategi ini diimplementasikan dengan mengatasi kelemahan internal perusahaan melalui pemanfaatan peluang yang ada atau untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal yang muncul. Berikut beberapa strategi W-O yang dihasilkan yaitu

- a) Meningkatkan kerjasama atau hubungan yang baik dengan perusahaan lainnya seperti jaringan promosi perlu dilakukan guna untuk meminimalkan kelemahan perusahaan dengan memanfaatkan peluang yang dimiliki.
- b) Perbaiki manajemen untuk mengatasi SDM, sumber daya manusia yang memerlukan perbaikan mendalam mencakup peningkatan kualitasnya dalam hal tingkat pengetahuan, keterampilan, dan sikap profesionalisme.

- c) Membuka cabang baru mrujuk pad alangkah perluasan usaha suatu perusahaan, dengan mendirikan dan mengoperasikan lokasi tambahan atau cabang baru.

### 3. Strategi S-T

Strategi ini diterapkan dengan memaksimalkan potensi perusahaan dalam menghaapi tantangan eksternal atau menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk mengurangi atau menghindari dampak dari ancaman yang datang dari eksternal.

- a) Mempertahankan kualitas dan harga pada produk. Harga merujuk pada jumlah uang yang harus dibayar untuk memperoleh suatu produk atau total nilai yang diberikan oleh konsumen sebagai imbalan atau manfaat yang diperoleh dari kepemilikan atau penggunaan produk tersebut.
- b) Mengembangkan strategi pemasaran dengan meningkatkan teknologi melibatkan pemanfaatan inovasi dan peembangan teknologi untuk mencapai tujuan pemasaran yang lebih efektif dan efisien.

### 4. Strategi W-T

Strategi ini merupakan hasil dari kombinasi faktor internal kelemahan dan faktor eksternal ancamab. Pendekatan strategis ini bertumpu pada tindakan yang bersifat defensive dengan upaya untuk mengurangi kelemahn yang ada dan menghindari potensi ancaman. Memeprtahankan hubungan yang baik dengan mitra kerja sangat penting. Kemotraan adalah bentuk kerjasama yang diperlukan dalam mengembangkan sebuah bisnis agar dapat bersaing secara global. Kolaborasi ini bertujuan untuk meningkatkan kapabilitas bisnis kecil, dengan dukungan modal dan pelatihan professional agar dapat meningkatkan pendapatan perusahaan serta memastikan kelangsungan dan perkembangan bisnis.

## 2. Analisis SOAR

- a. Faktor Internal
  - 1) Kekuatan
    - a) Cita rasa yang sangat autentik

Cita rasa yang sangat autentik merujuk pada pengalaman yang menggambarkan keaslian dan kemurnian rasa suatu makanan dan minuman di Angkringan Mbah Ao.

b) Terbuat dari bahan-bahan yang alami

Produk atau bahan yang terbuat dari bahan-bahan alami mengacu pada penggunaan komponen yang berasal dari sumber-sumber alam seperti tanaman, hewan, atau mineral tanpa penambahan zat-zat kimia sintetis atau bahan tambahan buatan manusia.

c) Harga yang relatif murah

Harga yang relatif murah merujuk pada tingkat harga yang terjangkau atau ekonomis dibandingkan dengan produk atau layanan yang serupa di pasaran.

2) Aspirasi

a) Mempertahankan standar kualitas

Mempertahankan standar kualitas merupakan harapan bagi semua pengusaha seperti Angkringan Mbah Ao. Dengan suatu pendekatan yang kritis untuk memastikan bahwa produk atau layanan yang disediakan memenuhi atau melebihi harapan konsumen.

b) Menjadikan angkringan sebagai salah satu kuliner khas Jawa

Merupakan upaya untuk mempromosikan, melestarikan, dan meningkatkan popularitas dari Angkringan Mbah Ao. Dengan cita rasa yang sangat autentik ini menjadi alasan Angkringan Mbah Ao sebagai salah satu kuliner khas Jawa Tengah.

b. Faktor Eksternal

1) Peluang

a) Membangun suatu produk

Peluang besar menjadi acuan bagi Angkringan Mbah Ao dengan membangun suatu produk yang fokus pada berkelanjutan dan ramah lingkungan untuk mengetahui kesadaran pengunjung.

- b) Memanfaatkan kemajuan teknologi  
Kemajuan teknologi mengacu pada perkembangan, penemuan, dan penerapan berbagai inovasi dalam bidang teknologi yang dapat meningkatkan atau mengubah cara kita hidup, bekerja, dan berinteraksi.
- c) Mengikuti tren dan kebutuhan pasar  
Mengikuti tren dan kebutuhan pasar pada Angkringan Mbah Ao adalah strategi yang cerdas untuk memastikan daya saing dan kesuksesan. Guna untuk menciptakan produk yang relevan dan diminati oleh konsumen.
- 2) Hasil
- a) Banyaknya pelanggan setia  
Angkringan Mbah Ao menawarkan kualitas rasa yang istimewa dan menjadi ciri khas yang unik, dari awal dibangunnya Angkringan hingga saat ini cita rasa hidangannya masih sama karna tidak ada campur tangan lainnya.
- b) Terciptanya kepercayaan pelanggan  
Kepercayaan pelanggan pada Angkringan Mbah Ao dapat terbentuk melalu serangkaian prkatik dan interaksi yang positif. Seperti kualitas produk dan rasa yang sangat konsisten.
- c) Menarik perhatian konsumen  
Menarik perhatian para konsumen yang melewati Angkringan Mbah Ao karena aroma dari wedang jahe susunya yang sangat khas yang terbuat dari rempah pilihan dan alami.

**Tabel 4.5**

**Matrik Analisis SOAR Angkringan Mbah Ao**

Faktor Internal	<b>KEKUATAN (S)</b>	<b>PELUANG (O)</b>
Faktor Eksternal	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Cita rasa yang sangat autentik.</li> <li>&gt; Terbuat dari bahan baku yang alami.</li> <li>&gt; Harga yang relatif murah.</li> <li>&gt; Pelayanan yang sangat ramah.</li> <li>&gt; Lokasi yang strategis.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Membangun suatu produk yang fokus pada berkelanjutan.</li> <li>&gt; Memanfaatkan kemajuan teknologi.</li> <li>&gt; Meningkatkan tren dan kebutuhan pasar</li> </ul>
<b>ASPIRASI (A)</b>	<b>Strategi (S-A)</b>	<b>Strategi (O-A)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Mempertahankan standar kualitas produk.</li> <li>&gt; Menjadikan Angkringan Mbah Ao menjadi salah satu kuliner khas Jawa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Melakukan riset pasar dalam terkait menu hidangan yang digemari dan disukai oleh para konsumen.</li> <li>&gt; Menciptakan menu inovasi yang menarik perhatian konsumen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Menggunakan media sosial sebagai sarana pemasaran.</li> <li>&gt; Menjalin hubungan yang baik dengan pemasok.</li> <li>&gt; Membuka cabang di lokasi yang sangat strategis.</li> </ul>
<b>HASIL (R)</b>	<b>Strategi (S-R)</b>	<b>Strategi (O-R)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Banyaknya pelanggan yang setia.</li> <li>&gt; Terciptanya kepercayaan pelanggan.</li> <li>&gt; Menarik perhatian konsumen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Meningkatkan kepercayaan pelanggan dengan produk jahe susu dan sego kucing.</li> <li>&gt; Memaksimalkan setiap pelayanan dengan memberikan respon yang baik dan ramah.</li> <li>&gt; Menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan melalui variasi dan inovasi produk yang ditawarkan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Memberikan tempat yang nyaman bagi pelanggan yang datang untuk menikmati hidangan.</li> <li>&gt; Memastikan bahan baku yang selalu fresh.</li> <li>&gt; Menjaga dan memperbaiki manajemen karyawan agar tidak menghambat kemajuan usaha.</li> </ul>

Berdasarkan matriks SOAR terdapat 4 set penjelasan pilihan strategi yang diterapkan oleh Angkringan Mbah Ao di Purwokerto:

#### 1. Strategi (S-A)

Strategi S-A merupakan pendekatan yang terbentuk melalui sinergi antara kekuatan (*strength*) dan aspirasi (*aspiration*). Dalam strategi ini, kekuatan



yang dimiliki digunakan secara maksimal untuk mencapai aspirasi yang diharapkan oleh Angkringan Mbah Ao. Dengan menerapkan strategi ini diharapkan Angkringan Mbah Ao dapat mengalokasikan kekuatan secara efisien guna mencapai tujuan aspirasionalnya. Beberapa strategi S-A yang dapat diterapkan meliputi:

- a) Melakukan riset pasar dalam terkait menu hidangan yang digemari dan disukai oleh para konsumen.
- b) Menciptakan menu inovasi yang menarik perhatian konsumen.

## 2. Strategi (O-A)

Strategi O-A merupakan pendekatan yang terbentuk dari sinergi antara peluang (*opportunities*) dan aspirasi (*aspirations*). Strategi ini dirancang untuk mengidentifikasi dan memenuhi aspirasi dari setiap pemangku kepentingan yang berfokus pada peluang yang tersedia. Dengan menerapkan strategi O-A tujuannya adalah untuk memahami serta memenuhi harapan dan tujuan para pemangku kepentingan yang terkait dengan peluang yang ada. Beberapa strategi O-A yang dapat diimplementasikan meliputi:

- a) Menggunakan media sosial sebagai sarana pemasaran.
- b) Menjalin hubungan yang baik dengan pemasok.
- c) Membuka cabang di lokasi yang sangat strategis

## 3. Strategi (S-R)

Strategi S-R merupakan pendekatan yang terbentuk dari hubungan antara kekuatan (*strengths*) dan hasil.. (*results*). Strategi ini dirancang untuk mengoptimalkan kekuatan dengan tujuan mencapai hasil yang dapat diukur. Dengan menerapkan strategi S-R fokusnya adalah menerjemahkan kekuatan yang dimiliki kedalam pencapaian hasil yang konkret. Beberapa strategi S-R yang bisa dilakukan meliputi:

- a) Meningkatkan kepercayaan pelanggan dengan produk jahe susu dan sego kucing.
- b) Memaksimalkan setiap pelayanan dengan memberikan respon yang baik dan ramah.

c) Menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan melalui variasi dan inovasi produk yang ditawarkan.

4. Strategi (O-R)

Strategi O-R merupakan pendekatan yang terbentuk dari hubungan antara peluang (opportunities) dan hasil (results). Pendekatan ini berorientasi pada pemanfaatan peluang untuk mencapai suatu keberhasilan yang dapat diukur.

Strategi O-R yang dapat diimplementasikan mencakup:

- a) Memberikan tempat yang nyaman bagi pelanggan yang datang untuk menikmati hidangan.
- b) Memastikan bahan baku yang selalu fresh.
- c) Menjaga dan memperbaiki manajemen karyawan agar tidak menghambat kemajuan usaha.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan di Angkringan Mbah Ao serta melengkapi informasi dengan data dari dokumen-dokumen atau arsip Angkringan Mbah Ao yang dapat memperkuat hasil dari wawancara dapat ditarik kesimpulan yang diharapkan dapat memberikan jawaban terhadap rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Strategi pengembangan produk di Angkringan Mbah Ao di Purwokerto dengan cara strategi kualitas produk, strategi pemasaran, strategi produksi, dan strategi lingkungan. Pengembangan produk melalui produk yang dimiliki Angkringan Mbah Ao tidak hanya dengan 1 atau 2 produk melainkan beragam produk diantaranya produk makanan berat berupa: segi kucing, arem-arem dan nasi bakar, makanan yang berupa persatean seperti: sate usus, sate kerang, dan lain-lain, makanan ringan berupa gorengan seperti: mendoan, tahu berontak, bakwan, dan lain-lain, dan olahan minuman seperti: wedang jahe, es jeruk, dan lain-lain. Sasaran pengembangan produk yang dilakukan Angkringan Mbah Ao yaitu membuat menu baru atau memodifikasi menjadi produk yang sesuai dengan permintaan pasar dan pelanggan.
2. Berdasarkan penerapan Analisis SWOT sebagai strategi pengembangan produk yang digunakan untuk mengidentifikasi masing-masing faktor dari hasil matriks SWOT yaitu: 1) Meningkatkan kualitas produk, 2) Memasarkan secara online, 3). Meningkatkan inovasi produk, 4) Meningkatkan kerjasama atau hubungan yang baik dengan perusahaan lainnya, 5) Perbaiki manajemen untuk mengatasi SDM, 6) Membuka cabang baru dengan lokasi yang strategis, 7) Mempertahankan kualitas dan harga pada menu yang tersedia, 8) Mengembangkan strategi pemasaran dengan meningkatkan pemanfaatan teknologi. 9) Menciptakan produk yang lebih variatif dengan memperhatikan kualitas dari bahan baku.

3. Berdasarkan penerapan Analisis SOAR sebagai strategi pengembangan produk yang digunakan untuk mengidentifikasi masing-masing faktor dari hasil Matriks SOAR yaitu: 1) Melakukan riset pasar dalam terkait menu hidangan yang digemari dan disukai oleh para konsumen, 2) Menciptakan menu inovasi yang menarik perhatian konsumen. 3) Menggunakan media sosial sebagai sarana pemasaran. 4) Menjalin hubungan yang baik dengan pemasok. 5) Membuka cabang di lokasi yang sangat strategis. 6) Meningkatkan kepercayaan pelanggan dengan produk jahe susu dan sego kucing. 7) Memaksimalkan setiap pelayanan dengan memberikan respon yang baik dan ramah. 8) Menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan melalui variasi dan inovasi produk yang ditawarkan. 9) Memberikan tempat yang nyaman bagi pelanggan yang datang untuk menikmati hidangan. 10) Memastikan bahan baku yang selalu fresh. 11) Menjaga dan memperbaiki manajemen karyawan agar tidak menghambat kemajuan usaha.

## **B. Saran**

Setelah melakukan penelitian mengenai analisis SWOT dan analisis SOAR sebagai strategi pengembangan produk untuk usaha Angkringan Mbah Ao, penulis berkeinginan memberikan saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat untuk kedepannya terutama dalam konteks analisis SWOT dan analisis SOAR. Berikut beberapa saran yang diajukan:

1. Pemilik Angkringan Mbah Ao sebaiknya memperhatikan terhadap pengembangan suatu produk agar kepuasan pelanggan senantiasa terpenuhi. Akan lebih menarik perhatian pelanggan dan menjadikannya sebagai makanan favorit dengan citarasa yang tak kalah lezat dan menjadi ciri khas. Selain itu proses pengembangan produk sebaiknya tidak hanya mempertimbangkan kondisi pasar tetapi juga mampu menciptakan produk yang unik dan berbeda dari yang sudah ada di pasaran. Dengan demikian bukan hanya mengikuti tren yang ada, melainkan juga mampu menciptakan tren produk yang inovatif dan terkini.
2. Angkringan Mbah Ao memiliki kemampuan untuk memperluas tempat usahanya menjadi lebih besar. Sehingga arah strategi yang tepat dengan

meminimalkan kelemahan yang dimiliki serta menghindari ancaman yang ada. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara membuka cabang dan memperluas tempat hidangan agar pelanggan yang berkunjung merasa nyaman.

3. Untuk penelitian yang selanjutnya, untuk mengetahui perkembangan strategi pada usaha Angkringan Mbah Ao akan lebih jika nantinya dapat meneliti tentang manajemen keuangannya yang belum jelas agar memperoleh hasil penelitian yang lebih akurat.





## DAFTAR PUSTAKA

- Afifuddin. B. A. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pustaka Setia.
- Andries Frederick Reginald. (2017). *Perumusan strategi berdasarkan Analisis SWOT*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Dhian Yuni Pratama. (2021). *Penerapan Analisis SWOT Untuk Strategi Pengembangan usaha Caffe Warung Upnormal*. Purwokerto, 9: Universitas Islam Negeri Prof K.H Saifuddin Zuhri.
- Djoko Muljiono. (2012). *Buku Pintar Strategi Bisnis Koperasi Simpan Pinjam*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Dyah Ayu Lestari. (2019). *Studi Kelayakan Pengembangan Bingsoo Caffe*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Farah N, Tita Resti S, Afni Melati S, dan Edita Rahman K. (2023). Strategi Pengembangan Produk Baru Sebagai Upaya Dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan. *Jurnal Riset Manajemen dan Akuntansi*, 12-13.
- fauzia, I. Y. (2011). *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqasidah Al-Syariah*. Bandung: Kencana.
- Freddy Rangkuti. (2004). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Hardani dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Grup.
- Herviani, Vina, Angky Febriansyah. (2016). Tinjauan atas proses penyusunan laporan keuangan pada young Enterpreneur Academy Indonesia. *Jurnal Riset Akutansi*, 23.
- Hidayati Fauziah Pasaribu. (2018). *Penerapan Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Pada PT. ARMA ANUGERAH ABADI Medan*. Medan: UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA.
- Imas Widowati, Daisy Ade Riany, Ferdi Andrianto. (2022). Analisis SWOT Untuk Pengembangan Bisnis Kuliner. *Jurnal Teknologika*, 1.
- Indah Pratiwi, dan Muhammad Rahmat. (2022). Penerapan Analisis SWOT Sebagai Pengembangan Usaha Pada UD. Rezeki Baru. *Jurnal Liasion*, 1.

- Jacqueline M and Matthew. (2013). SOARing Towards Positive Transformation and Change. *The Abac Osi Visions Action Outcome 1. No. 1*, 21.
- Jacqueline, M Stravos, and Gina Hinrich. (2009). The Thin Book of SOAR. *Thin Book Publishing*.
- Jannah Alfi. (2015). *Strategi Pemasaran Usaha Kafe Kucing "Cats and Coffee"*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- John Magretta. (2012). *Understanding Michael Porter: Panduan Paling Penting Tentang Kompetensi dan Strategi*. Yogyakarta: Andi Pustaka.
- Junia Farma, Indah Kesuma. (2021). Impelentasi Prinsip Ekonomi Syariah Dalam Perilaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di kota Banda Aceh. *Jurnal Farma Indah*, 129.
- Leli Farida. (2018). *Analisis Strategi Pengembangan Produk Pangan Lokal Dalam Meningkatkan Industri Kreatif Perspektif Ekonomi Islam*. Lampung Timur: Universitas Islam Negeri Raden Lampung.
- Marimin. (2004). *Teknik dan Aplikasi pengambilan keputusan kriteria majemuk*. Bogor: Grasindo.
- Meleong, I. J. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja ROSdakarya.
- Mhd Rhomarko Adiaksa. (2023). Penerapan Analisis SWOT sebagai Strategi Pengembangan Sanggar Seni Pusako Sakti Minangkabau. *Jurnal Ilmu Pendidikan Vol.5 No. 2*, 1.
- Nadhiroh, Alimatun. (2019). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Pada Argowisata Grobogan. *Skripsi*.
- Nikmah, Khusniatul. (2019). Analisis SWOT Terhadap Strategi Pengembangan Usaha Pada Karunia Sari Semarang. *Skripsi*.
- Nugraha, J. (2023, juni). *google.com*. Retrieved from Retrieved Juni 15. 2023: merdeka.com: <https://www.merdeka.com>
- Nurlida Wadiah. (2013). Pengembangan Produk Baru dan Model-Model Evaluasi Produk Baru. *Jurnal Manajemen*, 23.
- Pearce Robinson. (2000). *Manajemen Strategi Formulasi*. Jakarta: Binrupa Askara.

- Pricilla M, Silcyljeova M, Sjendry S.R. (2019). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Rumah Makan Bakso Baper Jogja. *Jurnal EMBA Vol. 7 No. 3*, 2-3.
- Ralahallo, B. (2021). Pengaruh Strategi Pengembangan Produk Terhadap Peningkatan Daya Saing Umkm. *Jurnal Ilmu Sosial*, 15 (2), 31.
- Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Alhadharah*, 17 No. 33, 91-94.
- Rijali, Ahmad. (2018). Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Alhadharah*, Vol. 17 No. 33, 29.
- Risyda Azizah. (2015). *Angkringan Sebagai Unsur Tradisional Tempat Interaksi Sosial Masyarakat Perkotaan*. Tangerang Selatan: Universitas Islam Negeri Jakarta.
- Salim, Syahrin. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Cita Pustaka Media.
- Sriyono, D, Suwoyo, and Mutia Sistarani. (2020). *Manajemen Teknik (untuk praktisi. dan mahasiswa teknik)*. Yogyakarta: Deepublish CV. Budi Utama.
- Subhan, A. (2018). Analisis Strategi Pengembangan Produk Kripik Singkong.
- Sugiono, A. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Alfabeta.
- Sulaeman dan Sulasih. (2020). *Analisis SWOT : Konsep dan Praktiknya Pada Bidang Bisnis*. Purwokerto: CV. Rizquna.
- Sulasih dan Sulaiman. (2020). Analisis SWOT: Konsep dan Praktiknya pada Bidang Bisnis. *CV Rizquna*.
- Tamara, Angelica. (2016). Implementasi Analisis SWOT dalam Strategi Pemasaran Produk Mandiri Tabungan Bisnis. *Jurnal Riset dan Manajemen Vol. 4 No. 3*, 399.
- Ulfah Hidayati. (2018). *Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Zamista dan Hanafi. (2020). Analisis SOAR Pada Strategi Pemasaran Di Industri Jasa Finance. 30.

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### Lampiran 1: Pedoman Wawancara

#### Pedoman Wawancara dengan Owner dan Manajer Angkringan Mbah Ao

Dalam upaya memperoleh data, penelitian ini menggunakan wawancara sebagai metode utama untuk melakukan pengkajian data secara mendalam. Berikut ini merupakan pedoman wawancara yang disifatkan general karena adanya keterkaitan diantara variabel sehingga beberapa indikator juga ditujukan kepada responden/informan yang berbeda.

No	Sub Fokus Penelitian	Pertanyaan Penelitian
1.	Strategi Pengembangan Produk	1. Strategi pengembangan produk seperti apa yang diterapkan oleh Angkringan Mbah Ao? a. Strategi Kualitas Produk b. Strategi Produksi c. Strategi Pemasaran d. Strategi Lingkungan
2.	Analisis SWOT	1. Faktor Internal a. Apa yang menjadikan kekuatan atau keunggulan dari Angkringan Mbah Ao? b. Apa yang menjadi kelemahan dari Angkringan Mbah Ao? 2. Faktor Eksternal a. Apa yang menjadikan peluang bagi Angkringan Mbah Ao? b. Apa yang menjadi ancaman bagi Angkringan Mbah Ao?
3.	Analisis SOAR	1. Faktor Internal

		<p>a. Apa yang menjadikan kekuatan dari Angkringan Mbah Ao?</p> <p>b. Apa yang menjadikan aspirasi/harapa bagi Angkringan Mbah Ao?</p> <p>2. Faktor Eksternal</p> <p>a. Apa yang menjadikan peluang bagi Angkringan Mbah Ao</p> <p>b. Bagaimana hasil yang diharapkan dan yang akan dicapai bagi Angkringan Mbah Ao?</p>
--	--	--

Nama :

Usia :

Jabatan :

Waktu :

1. Kapan Angkringan Mbah Ao didirikan?
2. Bagaimana sejarah singkat berdirinya Angkringan Mbah Ao?
3. Bagaimana sistem pengelola Sumber Daya Manusia (SDM) yang ada di Angkringan Mbah Ao?
4. Bagaimana strategi pengembangan produk di Angkringan Mbah Ao?
5. Bagaimana Angkringan Mbah Ao mempromosikan suatu produk?
6. Apa saja yang menjadi kekuatan dan keunggulan dari Angkringan Mbah Ao?
7. Apa saja yang menjadi suatu kelemahan dari Angkringan Mbah Ao?
8. Apa saja yang menjadi ancaman bagi Angkringan Mbah Ao?
9. Apa saja yang menjadi peluang bagi Angkringan Mbah Ao?
10. Apa saja yang menjadi aspirasi/harapan bagi Angkringan Mbah AO?
11. Apa saja hasil yang diharapkan dan yang akan dicapai bagi Angkringan Mbah Ao?



## **Pedoman wawancara dengan karyawan Angkringan Mbah Ao**

Nama :  
Usia :  
Jabatan :  
Waktu :

1. Apa saja bahan baku yang digunakan untuk membuat makanan/minuman?
2. Apakah makanan yang dibuat untuk pelanggan itu mendadak atau sudah dimasak sebelumnya Angkringan dibuka?
3. Bagaimana persepsi pelanggan tentang makanan/minuman yang di buat mendadak?
4. Bagaimana persepsi pelanggan tentang makanan yang dibuat sebelum Angkringan dibuka?



## **Pedoman wawancara dengan Pelanggan Angkringan Mbah Ao**

Nama :  
Usia :  
Jabatan :  
Waktu :

1. Dari mana Bapak/Ibu/Saudara/I mengetahui adanya Angkringan Mbah Ao?
2. sudah berapa lama Bapak/Ibu/Saudara/I menjadi pelanggan Angkringan Mbah Ao?
3. Apa yang membuat Bapak/Ibu/Saudara/I tertarik untuk membeli produk dari Angkringan Mbah Ao?
4. Produk apa yang paling disukai Bapak/Ibu/Saudara/I?
5. Apa yang membedakan produk Angkringan Mbah Ao dengan Produk lain?
6. Apa saran Bapak/Ibu/Saudara/I untuk perkembangan produk kedepannya pada Angkringan Mbah Ao?



## Lampiran 2: Transkrip Wawancara

### Transkrip Hasil Wawancara dengan Owner dan Manajer Angkringan Mbah

**Ao**

Ket:

P: Peneliti

R: Responden

Nama : Sunarto (Mbah Ao)

Usia : 74 Tahun

Jabatan : Owner (Pemilik)

Waktu : 20 November 2023

### Narasi Wawancara

**P** : “Selamat malam pak, boleh memperkenalkan diri terlebih dahulu?”

**R** : “Nama saya Sunarto biasa dipanggil Mbah Ao, mbanya juga bisa manggil saya mbah ao”

**P** : “Sejak kapan nggih mbah Angkringan ini didirikan?”

**R** : “Sejak 2007 mbah, disini masih kebun semua dari jalan pahlawan sampai sawangan hanya ada 1 Angkringan saja ya ini mba Angkringan Mbah”

**P** : “Mbah bagaimana sejarah singkat berdirinya Angkringan Mbah Ao dan dari mana asal nama Angkringan ini?”

**R** : ”Angkringan ini berdiri di tahun 2007 mba, udah 16 tahun yang lalu dan ini angkringan paling pertama dibangun dari lampu merah sawangan sampe lampu merah tanjung. Awalnya cuman jualan sego kucing, wedang ronde, sama mendoan ada sate cuman sate usus terus dulu mbah gerobaknya masih kecil belum seperti sekarang bahkan belum luas juga masih 2 meja saja untuk pelanggan nikmatin hidangan. Dulu mbah sama anak mbah tertarik buka di daerah sini karna tempatnya strategis deket lampu merah, dipusat kota deket tempet turunya para pemudik atau pendatang. Asal nama angkringanya karna cucu saya mba sukanya manggil Mbah Ao karna gak bisa manggil Mbah Narto jadinya ya sudah Ao saja, akhirnya muncul ide nama angkringan ini”

**P** : “Bagaimana pengelola Sumber Daya Manusia (SDM) yang ada di Angkringan?”

**R** : “Mbah jawab sedikit ya mba selebihnya nanti sama om tatang yang lebih faham semuanya, paling ini si mba manajemen keuangan yang dikelola hingga saat ini masih belum jelas dikarnakan ada beberapa makanan itu titipan dari anak-anak mbah jadi masih dibagi-bagi untuk keuntungannya mungkin dari mbah itu”

**P** : “Untuk strategi pengembangan produknya bagaimana ya mbah?”

- R** : “Untuk produk dari makanan dan minuman dulunya cuman ada sego kucing, mendoan, sate usus sama wedang jahe. Dan alhamdulillah sekarang sudah banyak menu jadi pelanggan yang datang menikmati. Tapi masih ada yang kurang atau yang mengeluh dari 1 atau 2 pelanggan karna merasa bosan dengan menu yang ada”
- P** : “Menurut mbah makanan dan minuman apa yang banyak disukai pelanggan?”
- R** : “Paling utama ya mba sego kucing, wedang ronde dan gorengan itu pasti alhamdulillah setiap harinya slalu habis”



## **Transkrip Hasil Wawancara dengan Manajer Angkringan Mbah Ao**

Ket:

P: Peneliti

R: Responden

Nama : Tatang

Usia : 56 Tahun

Jabatan : Manajer

Waktu : 20 November 2023

### **Narasi Wawancara**

**P** : “Selamat malam pak, boleh memperkenalkan diri terlebih dahulu?”

**R** : “Nama saya Tatang mba, panggil ajah om tatang heheh”

**P** : “Sejak kapan om Angkringan ini didirikan?”

**R** : “Sejak 2007 sudah 16 tahun yang lalu masih sepi banget dulu belum serame sekarang”

**P** : “Bagaimana sejarah singkat berdirinya Angkringan Mbah Ao dan dari mana asal nama Angkringan ini?”

**R** : “Angkringan ini berdiri pada tahun 2007 dimana angkringan ini menjadi angkringan yang paling utama dibangun disepanjang jalan pahlawan tanjung purwokerto selatan, menunya masih sederhana cuman sego kucing, mendoan, sate usus sama wedang jahe mba, yang kerja juga masih saya, mbah sama alm kaka saya. Dulu juga belum seluas sekarang walaupun sekarang juga masih terlihat kurang luas hehe, dulu masih 2 meja itu mba dipojokan, masih belum ada lesehan lainnya. Saya sama mbah sengaja milih tempat disini karna memang strategis banget mulai dari tempatnya di pusat kota dipinggir jalan, deket dengan simpang tanjung juga terkadang di simpang tanjung kan bis bis antar kota suka nurunin penumpang. Akhirnya saya sama mbah sepakat bangun angkringan disini”

**P** : “Bagaimana pengelola Sumber Daya Manusia (SDM) yang ada di Angkringan?”

**R** : “Pertama untuk manajemen keuangan yang tadi sudah dijelaskan mbah memang betul masih sangat kurang dan belum stabil, kemudian mungkin keterbatasan tempat yang masih kurang luas yang paling utama adalah bahan baku alhamdulillah untuk bahan baku kita slalu fresh”

**P** : “Untuk strategi pengembangan produknya bagaimana ya om?”

**R** : “Strategi pengembangan produk sendiri sudah cukup maksimal. Bahan baku kami juga cukup fresh ada yang dibuat secara mendadak dan ada yang dibuat sebelum buka, alhamdulillah sekarang menunya semakin meningkat yang awalnya cuman beberapa menu saja tetapi sekarang sudah berbagai

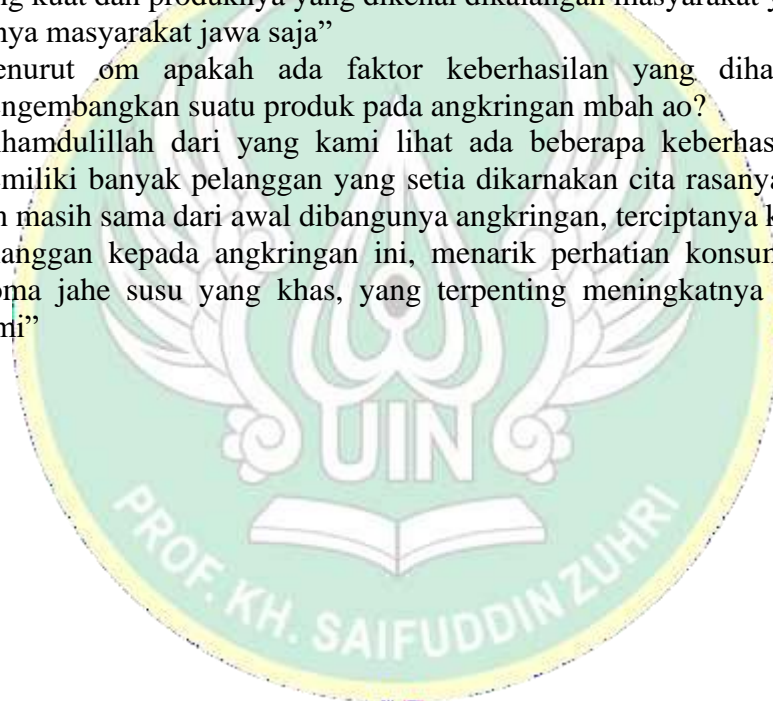


mavam menu. Walaupun terkadang ada beberapa pelanggan yang mengeluh mengenai menunya yang terlihat itu-itu saja”

- P** : “ Bagaimana Angkringan Mbah Ao mempromosikan suatu produk?”
- R** : “Kami menyebar informasi atau bisa dibilang kerjasam juga dengan para folger atau selebgram, terus kami juga bekerjasama dengan ulasan makan atau influencer lokal. Banyak pengunjung yang tau angkringan mbah ao ini dari instagramnya Purwokerto ngapak, terus kuliner Purwokero itu sering berkunjung kesini”
- P** : “Menurut om makanan dan minuman apa yang banyak disukai pelanggan?”
- R** : “Paling cepet gorengan mba kita bisa menghabiskan tepung untuk gorengan itu hampir 50kg setara dengan 2 karung tepung, kemudian wedang jahenya juga kita bisa abis 7 kaleng susu, kalau sego kucing 3 ranjang kalau abis langsung ambil lagi kerumah”
- P** : “Apa saja yang menjadi kekuatan dan keunggulan dari Angkringan Mbah Ao?”
- R** : “Kekuatan kita ini ada pada keunikan hidangan kita mba yaitu jahe susu. Dari awal sejak berdirinya angkringan hingga saat ini cita rasa wedang jahenya masih tetap sama karna memang dari tangan mbah ao sendiri yang membuat dan tidak ada campur tangan lainnya. Untuk keunggulan yang kita miliki yaitu jahe susu dan sego kucing yang harganya masih sangat terjangkau kemudian lokasinya juga si mba yang sangat strategis ditengah kota”
- P** : “Kelemahan apa yang menjadi penghalang Angkringan mbah ao?”
- R** : “Mulai dari menu ada beberapa pelanggan yang mengeluh mengenai produk makanan yang belum ada penambahan. Mungkin beberapa pelanggan merasa bosan. Saya, mbah dan karyawan lainnya juga masih kurang faham mba mengenai kebutuhan dan keinginan pasar atau penyesuaian yang tidak tepat terhadap tren dan prefensi para pelanggan. Terus juga untuk lahan yang sempit sangat mengganggu kenyamanan pelanggan tidak hanya itu lahan dari parkir kami pun sangat mepet dengan jalan raya itu juga mengganggu pengguna jalan”
- P** : “Menurut om faktor apa saja yang dapat mengancam berkembangnya Angkringan Mbah ao?”
- R** : “Seiring berjalannya waktu dan semakin majunya perkembangan perkulineran banyak sekali sekarang angkringan di purwokerto atau ya para pengusaha bisnis terutama makanan ya mba, terus juga mengikuti tren sekarang yang makanan dan minumannya sudah sangat berbagai macam. Terus juga kondisi ekonomi masyarakat termasuk pelanggan kami ini belum stabil karna pasca pandemi dan sedangkan harga BBM juga naik maka dari itu kami juga menaikkan sedikit harga produk. itu si mba yang menghalang”
- P** : “Menurut om kesempatan/peleuang apa saja yang dapat diambil untuk saat ini dalam mengembangkan produk angkringan mbah ao?”
- R** : “Kesetiaan pelanggan saat ini sangat membantu meyakinkan kita bahwa produk atau makanan yang kita sajikan sangat disukai dan dinikmati oleh pelanggan. Kita juga memanfaatkan kemajuan teknologi untuk menciptakan

produk baru, lalu fokus dengan mengamati dan mengadaptasi produk terhadap perubahan kebiasaan konsumen, terutama setelah pandemi. Lalu untuk untuk pemasarannya kami ini ada kemitraan dengan bisnis atau komunitas lokal untuk meningkatkan visibilitas dan mendapatkan dukungan dari pelanggan, terkadang banyak sekali konten creator atau para pecinta kuliner ini membuat konten atau flog yang berkaitan dengan keunikan atau keunggulan dari kuliner angkringan mbah ao”

- P** : “Apa saja yang menjadi aspirasi/harapan bagi Angkringan Mbah AO?”
- R** : “harapan saya ini banyak mba untuk angkringan mbah ao tapi mungkin yang saya sebutkan ada beberapa seperti mempertahankan standar kualitas tinggi dalam produk yakni ada pada rasa makanan dan minum terutama untuk makanan adalah sego kucing dan minumannya adalah jahe susu. Menjadikan angkringan ini sebagai salah satu kuliner khas jawa dengan cita rasa yang autentik dan akan disukai oleh semua kalangan. Membangun citra yang kuat dan produknya yang dikenal dikalangan masyarakat yang ditidakhanya masyarakat jawa saja”
- P** : “Menurut om apakah ada faktor keberhasilan yang dihasilkan dari mengembangkan suatu produk pada angkringan mbah ao?”
- R** : “Alhamdulillah dari yang kami lihat ada beberapa keberhasilan seperti memiliki banyak pelanggan yang setia dikarenakan cita rasanya yang unik dan masih sama dari awal dibangunnya angkringan, terciptanya kepercayaan pelanggan kepada angkringan ini, menarik perhatian konsumen dengan aroma jahe susu yang khas, yang terpenting meningkatnya pendapatan kami”



## **Transkrip Hasil Wawancara dengan Karyawan Angkringan Mbah Ao**

Ket:

P: Peneliti

R: Responden

Nama : Ari

Usia : 45 Tahun

Jabatan : Karyawan/kasir

Waktu : 20 November 2023

### **Narasi Wawancara**

**P** : “Selamat malam pak, boleh memperkenalkan diri terlebih dahulu?”

**R** : “Malam mba nama saya ari panggil saja om ari”

**P** : “Menurut om ari bahan baku apa saja yang digunakan untuk membuat makanan/minuman?”

**R** : “Untuk bahan baku kita ini ada 3 jenis mba hana. Yang pertama dari freshfood, frozenfood dan bahan pokok lainnya seperti tepung, minyak goreng, perbumbuan. Dan dari kita juga setiap harinya slalu belanja kebuuhan bahan baku karna itu adalah peran utama”

**P** : “Apakah makanan/minuman yang dibuat untuk pelanggan itu mendadak atau sudah dimasak sebelumnya Angkringan dibuka?”

**R** : “Ada yang mendadak ada juga yang dibuat sebelum angkringan dibuka”

**P** : “Bagaimana persepsi pelanggan tentang makanan/minuman yang di buat mendadak?”

**R** : “Mulai dari kualitas rasa ya mba ketika makanan atau minuman dibuat mendadak pasti kualitas rasanya itu baik dan sesuai dengan preferensi pelanggan, dan akan memberikan tanggapan positif terutama gorengan enakya kan anget-anget ya mba sama wedang jahe. Terus juga ad aminuman lainnya yang dibuat secara langsung seperti es jeruk, teh anget dan lainnya”

**P** : “Bagaimana persepsi pelanggan tentang makanan yang dibuat sebelum Angkringan dibuka?”

**R** : “Dari kami makanan dan minuman yang dibuat sebelum angkringan dibuka paling persatean, sego kucing, nasi bakar mba sama minumnya wedang jahenya nanti disini tinggal dikasih susu sesuai permintaan pelanggan. Karna memang kami juga buatnya itu paling jam 3 sudah mulai buat dan ngeracik”

## **Transkrip Hasil Wawancara dengan Pelanggan Angkringan Mbah Ao**

Ket:

P: Peneliti

R: Responden

Nama : Reza Duwi

Usia : 20 Tahun

Jabatan : Mahasiswa/Pelanggan

Waktu : 11 Desember 2023

### **Narasi Wawancara**

**P** : “Boleh kenalan terlebih dahulu, dengan mba siapa yah?”

**R** : “Boleh mba Saya Reza Duwi”

**P** : “Dari mana mba reza mengetahui adanya Angkringan Mbah Ao?”

**R** : “Dari teman mba yang merekomendasikan”

**P** : “Sudah berapa lama mba reza menjadi pelanggan Angkringan Mbah Ao?”

**R** : “Sudah setahun lebih mba”

**P** : “Apa yang membuat Mba reza tertarik untuk membeli produk/makanan dari Angkringan Mbah Ao?”

**R** : “Menunya banyak ya mba dan juga saya suka dengan bakwanya dan martabaknya enak dan masih anget harganya juga sangat terjangkau”

**P** : “Makanan apa yang paling disukai mba reza yang ada di Angkringan Mbah Ao?”

**R** : “Saya suka sekali dengan bakwan goreng, lumpia martabak, sama sate telur puyuh”

**P** : “Apa yang membedakan produk Angkringan Mbah Ao dengan Produk lain?”

**R** : “Rasanya sangat berbeda mba dan kalau disini tuh masih anget-anget jadi saya suka”

**P** : “Menurut mba saran apa yang akan mba berikan untuk perkembangan produk kedepannya pada Angkringan Mbah Ao?”

**R** : “Mungkin saran saya di upgrade menunya terus terutama tempat juga ya mba mungkin bisa diperluas karna memang sangat terbatas sekali, apalagi lahan parkirnya”



## **Transkrip Hasil Wawancara dengan Pelanggan Angkringan Mbah Ao**

Ket:

P: Peneliti

R: Responden

Nama : Galih Panca utama

Usia : 23 Tahun

Jabatan : Mahasiswa/Pelanggan

Waktu : 11 Desember 2023

### **Narasi Wawancara**

**P** : “Boleh kenalan terlebih dahulu, dengan mas siapa yah?”

**R** : “Boleh mba Saya Galih”

**P** : “Dari mana mas galih mengetahui adanya Angkringan Mbah Ao?”

**R** : “Waktu itu lagi muter-muter saja bareng temen eh ketemu angkringan ini keliatanya menari karna memang ramai sekali”

**P** : “sudah berapa lama mas galih menjadi pelanggan Angkringan Mbah Ao?”

**R** : “Sudah 1 tahun lebih mba”

**P** : “Apa yang membuat mas galih tertarik untuk membeli produk/makanan dari Angkringan Mbah Ao?”

**R** : “Karna saya mencium aroma jahenya yang sangat berbeda dan angkringanya sangat ramai jadi saya tertarik untuk ke angkringan ini”

**P** : “Makanan apa yang paling disukai mas galih yang ada di Angkringan Mbah Ao?”

**R** : “Saya suka sekali dengan wednag jahenya mba karna berbeda dari yang lain, terus gorenganya anget-anget sama satenya mba enak”

**P** : “Apa yang membedakan produk Angkringan Mbah Ao dengan Produk lain?”

**R** : “rasanya si mba apalagi wedang jahe kaya yang tadi sudah saya jelaskan sangat berbeda sekali dengan yang lain”

**P** : “Menurut mba saran apa yang akan mba berikan untuk perkembangan produk kedepanya pada Angkringan Mbah Ao?”

**R** : “mungkin perluasan tempat ya mba karna memang sangat terbatas sama parkiranya”



## **Transkrip Hasil Wawancara dengan Pelanggan Angkringan Mbah Ao**

Ket:

P: Peneliti

R: Responden

Nama : Feni Oktafiani

Usia : 23 Tahun

Jabatan : Mahasiswa/Pelanggan

Waktu : 11 Desember 2023

### **Narasi Wawancara**

**P** : “Boleh kenalan terlebih dahulu, dengan mba siapa yah?”

**R** : “Boleh mba Saya feni”

**P** : “Dari mana mba feni mengetahui adanya Angkringan Mbah Ao?”

**R** : “Dari teman mba”

**P** : “sudah berapa lama mba feni menjadi pelanggan Angkringan Mbah Ao?”

**R** : “Sudah lama banget mba 3 tahunan lebih saya, kayanya pelanggan setia sih”

**P** : “Apa yang membuat Mba fenintertarik untuk membeli produk/makanan dari Angkringan Mbah Ao?”

**R** : “Menunya makananya mba banyak saya kalau kesini suka kalap rasanya pun gak kalah enak dan harga terjangkau”

**P** : “Makanan apa yang paling disukai mba feni yang ada di Angkringan Mbah Ao?”

**R** : “favorite saya sate kerang sama sate kikil itu bener gak bau amis dan bumbunya meresap sekali saya kalau beli sampe 4 tusuk mba hehehe”

**P** : “Apa yang membedakan produk Angkringan Mbah Ao dengan Produk lain?”

**R** : “Rasanya si mbaa terus juga pelayanannya ramah-ramah kadang saya suka dibonusin hehehe”

**P** : “Menurut mba saran apa yang akan mba berikan untuk perkembangan produk kedepannya pada Angkringan Mbah Ao?”

**R** : “Mungkin saran saya di upgrade menunya terus terutama tempat juga ya mba mungkin bisa diperluas karna memang sangat terbatas sekali, apalagi lahan parkirnya”

### Lampiran 3: Dokumentasi Penelitian

#### Wawancara dengan Owner dan Manajer Angkringan Mbah Ao



## Wawancara dengan Pelanggan Angkringan Mbah Ao



## Menu Produk Angkringan Mbah Ao





## Dokumentasi Angkringan Mbah Ao





**Dokumentasi pelanggan Angkringan Mbah Ao**



## Lampiran 4: Surat Izin Observasi Pendahuluan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

Nomor : 4247/Un.19/FEBLJ.ES/PP.009/9/2023 Purwokerto, 27 September 2023  
Lamp. : -  
Hal : **Permohonan Izin Observasi Pendahuluan**

Kepada Yth.  
Pemilik Angkringan Mbah Ao  
Di  
Purwokerto

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Dalam rangka pengumpulan data guna penyusunan Proposal Skripsi yang berjudul Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Pada Produk Usaha Angkringan Mbah Ao. Maka kami mohon Bapak/Ibu berkenan memberikan izin observasi kepada mahasiswa/i kami:

1. Nama : Hana Hanifah
2. NIM : 1917201264
3. Semester / Program Studi : IX / Ekonomi Syariah
4. Tahun Akademik : 2023 / 2024
5. Alamat : Jl. Pahlawan VII Tanjung Purwokerto Selatan

Adapun observasi tersebut akan dilaksanakan dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Obyek yang diobservasi : Strategi Pengembangan
2. Tempat/ Lokasi : Angkringan Mbah Ao Tanjung Purwokerto Selatan
3. Waktu Observasi : September 2023 s/d selesai

Demikian permohonan ini kami buat, atas izin dan perkenan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*



Prof. Dr. Laela Hilyatin, S.E., M.S.I.

NIP. 19851112 200912 2 007

Tembusan Yth.  
1. Wakil Dekan I  
2. Kasubbag Akademik  
3. Arsip

## Lampiran 5: SKL Seminar Proposal Hana Hanifah



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

### SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL

Nomor: 4509/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/10/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Hana Hanifah  
NIM : 1917201264  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Pembimbing Skripsi : Ma'ruf Hidayat, M.H.  
Judul : Penerapan Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Produk Pada Usaha Angkringan Mbah Ao Tanjung Purwokerto Selatan

Pada tanggal 9 Oktober 2023 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan **LULUS**, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 11 Oktober 2023  
Koord. Prodi Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I  
NIP. 19851112 200912 2 007

## Lampiran 6: SKL Komprehensif Hana Hanifah



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

---

### **SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF**

Nomor: 4232/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/9/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Hana Hanifah

NIM : 1917201264

Program Studi : Ekonomi Syariah

Pada tanggal 26 September 2023 telah melaksanakan ujian komprehensif dan dinyatakan **LULUS** dengan nilai **68 / B-**.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk mendaftar ujian munaqasyah.

Purwokerto, 26 September 2023  
Koord. Prodi Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I  
NIP. 19851112 200912 2 007

## Lampiran 7: SKL BTA/PPI Hana Hanifah



IAIN PURWOKERTO

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO**  
**UPT MA'HAD AL-JAMI'AH**

Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah 53126, Telp:0281-635624, 628250 | www.iaipurwokerto.ac.id

---

### SERTIFIKAT

Nomor: In.17/UPT.MAJ/15852/25/2019

Diberikan oleh UPT Ma'had Al-Jam'ah IAIN Purwokerto kepada:

**NAMA : HANA HANIFAH**  
**NIM : 1917201264**

Sebagai tanda yang bersangkutan telah LULUS dalam Ujian Kompetensi Dasar Baca Tulis Al-Qur'an (BTA) dan Pengetahuan Pengamalan Ibadah (PPI) dengan nilai sebagai berikut:

# Tes Tulis	:	71
# Tartil	:	80
# Imla'	:	80
# Praktek	:	80
# Nilai Tahfidz	:	75



Purwokerto, 25 Jul 2019



ValidationCode



## Lampiran 8: Sertifikat Telah Mengikuti KKN di Desa Papringan, Banyumas



# Sertifikat

Nomor Sertifikat : 0841/K.LPPM/KKN.50/09/2022

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM)  
Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menyatakan bahwa:

Nama Mahasiswa :	<b>HANA HANIFAH</b>
NIM :	<b>1917201264</b>
Fakultas :	<b>Ekonomi &amp; Bisnis Islam</b>
Program Studi :	<b>Ekonomi Syariah (ESY)</b>

Telah mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan ke-50 Tahun 2022,  
dan dinyatakan **LULUS** dengan nilai **A (93)**.



*Certificate Validation*

## Lampiran 9: Sertifikat Pengembangan Bahasa Arab dan Bahasa Inggris


**MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS OF THE REPUBLIC OF INDONESIA**  
**STATE ISLAMIC UNIVERSITY PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
**LANGUAGE DEVELOPMENT UNIT**  
 Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah, Indonesia | www.uinsaiu.ac.id | www.uinprofsaifuddin.ac.id | +62 (281) 635624

وزارة الشؤون الدينية بجمهورية اندونيسيا  
 جامعة الأستاذ كيهي المرح سيف الدين زهري الإسلامية الحكومية بورو كرتو  
 وحدة لتسمية اللغة

**CERTIFICATE**  
**الشهادة**  
 No. B-530/Un.19/K.Bhs/PP.009/III/2022

This is to certify that  
**Name** : HANA HANIFAH  
**Place and Date of Birth** : Depok, 1 Maret 2001  
**Has taken** : IQLA  
**with Computer Based Test,**  
**organized by Language Development Unit on:** 11 Maret 2022  
**with obtained result as follows**

**Listening Comprehension: 56**      **Structure and Written Expression: 46**      **Reading Comprehension: 54**  
 فهم السمع      فهم العبارات والتراكيب      فهم المقروء

**Obtained Score :** 520      المجموع الكلي :

The test was held in UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto. تم إجراء الاختبار بجامعة الأستاذ كيهي المرح سيف الدين زهري الإسلامية الحكومية بورو كرتو.

Purwokerto, 11 Maret 2022  
 The Head of Language Development Unit,  
 رئيسة الوحدة لتسمية اللغة  
  
 Ade Ruswatie, M. Pd.  
 NIP. 19860704 201503 2 004







**MINISTRY OF RELIGIOUS AFFAIRS OF THE REPUBLIC OF INDONESIA**  
**STATE ISLAMIC UNIVERSITY PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
**LANGUAGE DEVELOPMENT UNIT**  
 Jl. Jend. A. Yani No. 40A Purwokerto, Jawa Tengah, Indonesia | www.uinsaiu.ac.id | www.uinprofsaifuddin.ac.id | +62 (281) 635624

وزارة الشؤون الدينية بجمهورية اندونيسيا  
 جامعة الأستاذ كيهي المرح سيف الدين زهري الإسلامية الحكومية بورو كرتو  
 وحدة لتسمية اللغة

**CERTIFICATE**  
**الشهادة**  
 No. B-519/Un.19/K.Bhs/PP.009/III/2022

This is to certify that  
**Name** : HANA HANIFAH  
**Place and Date of Birth** : Depok, 1 Maret 2001  
**Has taken** : EPTUS  
**with Computer Based Test,**  
**organized by Language Development Unit on:** 11 Maret 2022  
**with obtained result as follows**

**Listening Comprehension: 47**      **Structure and Written Expression: 45**      **Reading Comprehension: 48**  
 فهم السمع      فهم العبارات والتراكيب      فهم المقروء

**Obtained Score :** 466      المجموع الكلي :

The test was held in UIN Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto. تم إجراء الاختبار بجامعة الأستاذ كيهي المرح سيف الدين زهري الإسلامية الحكومية بورو كرتو.

Purwokerto, 11 Maret 2022  
 The Head of Language Development Unit,  
 رئيسة الوحدة لتسمية اللغة  
  
 Ade Ruswatie, M. Pd.  
 NIP. 19860704 201503 2 004





# Lampiran 10: SKL Aplikom Hana Hanifah

# SERTIFIKAT

## APLIKASI KOMPUTER

KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO

### UPT TEKNOLOGI INFORMASI DAN PANGKALAN DATA

Alamat: Jl. Jend. Ahmad Yani No. 40A Telp. (031) 635634 Website: www.iainpurwokerto.ac.id Purwokerto 53135



**IAIN PURWOKERTO**

---

Dibentarkan Kepada:

**HANA HANIFAH**  
NIM: 1817201264

Tempat / Tgl. Lahir: Depok, 01 Maret 2001

No. IN: 17/UPT-TIPD/9318/1/2022

Sebagai tanda yang bersangkutan telah menempuh dan **LULUS** Ujian Akhir Komputer pada Institut Agama Islam Negeri Purwokerto Program "Microsoft Office" yang telah diselenggarakan oleh UPT TIPD IAIN Purwokerto.

Purwokerto, 08 Maret 2022  
Kepala UPT TIPD



**Dr. H. Fajar Harjowanto, S.Si, M.Sc.**  
NIP. 19801215 200501 1 003

**SKALA PENILAIAN**

SKOR	HURUF	ANGKA
88-100	A	4,0
81-85	A-	3,6
76-80	B+	3,3
71-75	B	3,0
65-70	B-	2,6

**MATERI PENILAIAN**

MATERI	NILAI
Microsoft Word	82 / A-
Microsoft Excel	96 / A
Microsoft Power Point	92 / A







## Lampiran 11: Sertifikat PPL dan Sertifikat PBM Hana Hanifah

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp. 0281-633624, Fax. 0281-636533, Website: febu.uinsu.ac.id

---

**Sertifikat**

Nomor : 1142/Un.19/LAB.FEBI/PP.009/03/2023

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :

Nama : Hana Hanifah  
NIM : 1917201264

Telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode I Tahun Ajaran 2023 di :

**Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyumas**

Mulai Bulan Januari 2023 sampai dengan Februari 2023 dan dinyatakan Lulus dengan mendapatkan nilai **A**. Sertifikat Ini diberikan sebagai tanda bukti telah mengikuti Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan sebagai syarat mengikuti ujian *Munaqasyah* Skripsi.

Mengetahui,  
Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Purwokerto, 27 Maret 2023  
Kepala Laboratorium FEBI

  
**Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag**  
NIP.19730921 200212 1 004

  
**H. Sochimun, Lc., M.Si.**  
NIP. 19691009 200312 1 001

Dipindai dengan CamScanner

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126  
Telp. 0281-633624, Fax. 0281-636533, Website: febu.uinsu.ac.id

---

**Sertifikat**

Nomor : 3306/Un.19/D.FEBI/PP.009/10/2022

Berdasarkan Rapat Yudisium Panitia Praktek Program Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa :

Nama : Hana Hanifah  
NIM : 1917201264

Dinyatakan Lulus dengan Nilai **91 (A)** dalam mengikuti Praktek Bisnis Mahasiswa (PBM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Periode II Tahun 2022.

Mengetahui,  
Dekan  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Purwokerto, 3 Oktober 2022  
Kepala Laboratorium FEBI

  
**Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag**  
NIP.19730921 200212 1 004

  
**H. Sochimun, Lc., M.Si.**  
NIP. 19691009 200312 1 001

## Lampiran 12: Kartu Bimbingan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KHAJ HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 51125  
Telp. 0251-619624 Fax. 0251-630553 Website: www.uin-purwoko.ac.id

### BLANGKO/KARTU BIMBINGAN

Nama : Hana Hanifah  
NIM : 1917201264  
Prodi/semester : Ekonomi Syariah / 9  
Dosen Pembimbing : Ma'rif Hidayat, M. H.  
Judul Skripsi : Penerapan Analisis SWOT dan Analisis SOAR Sebagai Strategi Pengembangan Produk Usaha Angkringan Msh An Tanjung Purwokerto Selatan

No	Hari, Tanggal Bimbingan	Materi Bimbingan*)	Tanda Tangan**)	
			Pembimbing	Mahasiswa
1	Senin, 17 April 2023	Revisi Objek Penelitian		
2	Kamis, 8 Juni 2023	Revisi penulisan arab. Penambahan kajian teori. Menambah referensi jurnal		
3	Selasa, 12 September 2023	Mengurangi latar belakang masalah Revisi rumusan masalah		
4	Jumat, 22 September 2023	Perapihan proposal		
5	Senin, 2 Oktober 2023	ACC Seminar Proposal		
6	Selasa, 10 Oktober 2023	Konsultasi setelah Scoring		



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
PROFESOR KHAJ HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 51125  
Telp. 0251-619624 Fax. 0251-630553 Website: www.uin-purwoko.ac.id

7	Rabu, 22 November 2023	Setelah sempai Bab 1, 2, 3 Revisi ayat al quran		
8	Rabu, 20 Desember 2023	Menghapus triangulasi Membenarkan penulisan typo Lanjutkan hingga bab 5		
9	Jumat, 22 Desember 2023	Penambahan Landasan teologis Kaitan dengan prinsip ekonomi islam		
10	Jumat, 29 Desember 2023	ACC Manuskrip Perapihan skripsi		

\*) diisi pokok-pokok bimbingan;  
\*\*) diisi setiap selesai bimbingan.

Purwokerto, 04 Januari 2024  
Pembimbing

Ma'rif Hidayat, M. H.  
NIP. 19940604 201903 1812



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. Identitas

Nama : Hana Hanifah  
NIM : 1917201264  
Tempat/Tanggal Lahir : Depok, 01 Maret 2001  
Alamat Rumah : Jl. H. M Tohir Rt 004/001, Pondok Cina, Beji  
Depok Jawa Barat  
E-mail : hanahanifah8170@gmail.com  
Nama Orang Tua  
a. Ayah : Supriyono  
b. Ibu : Yatinah

### B. Riwayat Pendidikan

#### Pendidikan Formal

1. SD/MI : SDN 3 Pondok Cina Depok
2. SMP/MTS : MTS Ibnu Nafis Depok
3. SMA/MAN : MA Ibnu Nafis Depok

### C. Pengalaman Organisasi

1. Staff Ahli Kementerian Luar Negeri DEMA Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (2021)
2. Anggota KMPS (2021)
3. Staff Ahli Kementerian Luar Negeri DEMA UIN SAIZU (2022)

Purwokerto, 02 Januari 2023



**Hana Hanifah**

NIM. 1917201264





