

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DALAM MENINGKATKAN
MARKET SHARE MELALUI ANALISIS SWOT PADA TOKO SUMBER
MURAH MAOSPATI**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
pada Program Studi Manajemen



OLEH :

KENANGA AJIKUSUMA

NPM 2012010407

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2024**

Skripsi oleh:

KENANGA AJIKUSUMA

NPM: 2012010407

Judul:

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DALAM
MENINGKATKAN *MARKET SHARE* MELALUI ANALISIS
SWOT PADA TOKO SUMBER MURAH MAOSPATI**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada

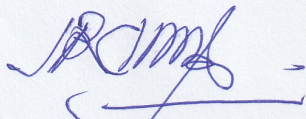
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Nusantara PGRI Kediri

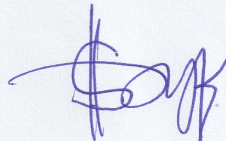
Tanggal: 03 Juli 2024

Pembimbing I



Dr. Sri Aliami, M.M.
NIDN. 0716086403

Pembimbing II



Susi Damayanti, S.Pd., M.M.
NIDN. 0723117802

Skripsi oleh:

KENANGA AJIKUSUMA
NPM: 2012010407

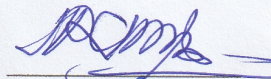
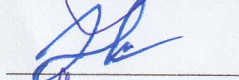
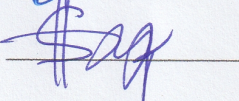
Judul:

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DALAM MENINGKATKAN
MARKET SHARE MELALUI ANALISIS SWOT PADA TOKO
SUMBER MURAH MAOSPATI**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nusantara PGRI Kediri
Pada tanggal: 11 Juli 2024

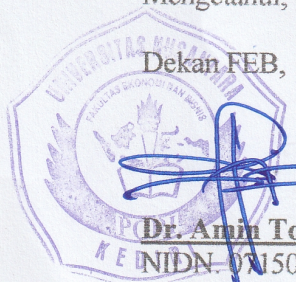
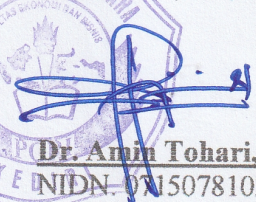
Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

- | | | |
|---------------|------------------------------|---|
| 1. Ketua | : Dr. Sri Aliami, M.M |  |
| 2. Penguji I | : Moch. Wahyu Widodo, M.M |  |
| 3. Penguji II | : Susi Damayanti, S.Pd., M.M |  |

Mengetahui, 11 Juli 2024

Dekan FEB,



Dr. Amin Tohari, M.Si.
NIDN: 0115078102

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Kenanga Ajikusuma
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/tgl. Lahir : Magetan/ 30 Mei 2001
NPM : 2012010407
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 4 Juli 2024

Yang menyatakan,



KENANGA AJIKUSUMA
NPM: 2012010407

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah berjanji, bahwa
sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah : 5-6)

“Selalu ada harga dalam sebuah proses. Nikmati saja lelah-lelah itu. Lebarakan lagi
rasa sabar itu. Semua yang kau investasikan untuk menjadikan dirimu serupa yang
kau impikan, mungkin tidak akan selalu lancer. Tapi, gelombang-gelombang itu
yang nanti bisa kau ceritakan”

(Boy Chandra)

PERSEMBAHAN

“Tiada lembar yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar
persembahan. Dengan mengucapkan syukur atas Rahmat Allah SWT, skripsi ini saya
persembahkan sebagai tanda bukti kepada orangtua tercinta, adikku, sahabat, dan
teman-teman yang selalu memberi support untuk menyelesaikan skripsi ini”

Abstrak

Kenanga Ajikusuma: Strategi Pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan *Market Share* Melalui Analisis SWOT Pada Toko Sumber Murah Maospati, Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2024.

Kata kunci: Strategi pengembangan usaha, *Market share*, Analisis SWOT.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya masalah persaingan bisnis menuntut perusahaan untuk bertindak cepat dan tepat. Para wirausahawan saat ini dituntut untuk dapat mengembangkan usahanya supaya usaha dapat maju dan berkembang. Hal ini menuntut para wirausahawan untuk berfikir secara kritis dan mencari cara mengembangkan usahanya melalui segala faktor yang mempengaruhi bisnis mereka. Jika bisnisnya sudah bisa dikatakan bagus maka secara tidak langsung akan meningkatkan *market share*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor yang menjadi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), ancaman (*threats*) dan untuk mengetahui strategi pengembangan usaha yang efektif dalam meningkatkan *market share* pada Toko Sumber Murah Maospati.

Metode dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang menggunakan observasi lapangan, wawancara, dan observasi untuk mengumpulkan data. Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data, melakukan survei dan melakukan observasi langsung di lokasi. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif, dan analisis SWOT,

Berdasarkan hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa perusahaan berada pada kuadran I strategi SO (*Strength-Opportunities*) yang cocok untuk diterapkan di Toko Sumber Murah Maospati adalah mempertahankan harga yang sudah ditetapkan kepada konsumen, meningkatkan kualitas produk dan layanan, dan meningkatkan kegiatan marketing dan promosi dengan membuka toko online seperti shopee, tokopedia, bahkan juga bisa menambah fitur *ads* (iklan) pada media sosial Instagram dan Facebook untuk memperluas jangkauan pasar dan menjaga loyalitas konsumen. Kesimpulan dari hasil penelitian diatas bahwa strategi pengembangan usaha yang efektif dalam meningkatkan *market share* adalah strategi S-O, dengan mempertahankan kekuatan dan memanfaatkan peluang yang ada.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga terwujudnya penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan. Penyusunan skripsi dengan judul “STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DALAM MENINGKATKAN *MARKET SHARE* PADA TOKO SUMBER MURAH MAOSPATI“ ini ditulis guna memenuhi Sebagian syarat untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan kali ini saya ucapkan banyak terimakasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada :

1. Dr. Zainal Afandi, M.Pd, selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberikan dukungan dan dorongan serta motivasi kepada mahasiswanya.
2. Dr. Amin Tohari, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri yang telah memberikan kesempatan pada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Restin Meilina, M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan dukungan serta membantu dalam penyusunan skripsi ini.
4. Dr. Sri Aliami, M.M. dan Susi Damayanti, S.Pd., M.M selaku dosen pembimbing yang telah senantiasa membimbing dan memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai.
5. Bapak Jumadi selaku Pemilik Toko Sumber Murah Maospati yang telah

memberikan izin penulis untuk melakukan penelitian demi kelancaran penyusunan skripsi.

6. Terimakasih untuk dua orang yang paling berjasa dalam hidup saya, Ibu Sulisty Retno Anggrahini dan Bapak Bambang Purwanto. Terimakasih atas kepercayaan yang telah diberikan dan juga tanpa lelah mendukung segala keputusan dan pilihan dalam hidup saya, kalian sangat berarti. Semoga Allah SWT selalu menjaga kalian dalam kebaikan dan kemudahan.
7. Teruntuk teman-teman Manajemen kelas F terimakasih selalu memberikan motivasi, semangat, dukungan tanpa henti sehingga secara tidak langsung membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Dan terakhir, terimakasih untuk diri saya sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin.

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan masukan, kritik, dan saran-saran, dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Kediri, 4 Juli 2024



KENANGA AJIKUSUMA
NPM: 2012010407

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	8
BAB II: LANDASAN TEORI.....	9
A. Kajian Teori	9
1. Strategi Pengembangan Usaha.....	9
2. Elemen Pemasaran	13
3. Analisis SWOT	15

4. <i>Market Share</i>	22
B. Penelitian Terdahulu	24
C. Kerangka Berpikir.....	27
BAB III: METODE PENELITIAN	30
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	30
1. Pendekatan Penelitian	30
2. Jenis Penelitian.....	30
B. Kehadiran Peneliti.....	31
C. Situs Penelitian.....	31
D. Tahapan Penelitian	32
E. Sumber Data dan Teknik Pemilihan Informan.....	34
1. Data Primer	35
2. Data Sekunder	35
3. Teknik Pemilihan Informan	35
F. Prosedur Pengumpulan Data	37
1. Observasi.....	37
2. Wawancara	37
3. Dokumentasi.....	38
G. Teknik Analisis Data.....	39
H. Uji Keabsahan Temuan	40
BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
A. Gambaran Umum Informan dan Deskripsi Situs Penelitian	43
1. Gambaran Toko Sumber Murah.....	43

2. Perkembangan Toko Sumber Murah	43
3. Visi dan Misi Toko Sumber Murah	44
4. Struktur Organisasi Toko Sumber Murah	45
5. Tugas Pokok Organisasi Toko Sumber Murah	46
B. Deskripsi Data Hasil Penelitian	47
1. Hasil Wawancara	47
2. Indikator SWOT	55
C. Intrepetasi dan Pembahasan	56
BAB V: PENUTUP.....	66
A. Temuan.....	66
B. Implikasi.....	67
C. Rekomendasi.....	68
DAFTAR PUSTAKA	70
DAFTAR LAMPIRAN.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1 Data Informan	36
Tabel 4.1 Indikator SWOT Toko Sumber Murah	56
Tabel 4.2 Matriks <i>Internal Analisis Summary</i> (IFAS)	57
Tabel 4.3 Matriks <i>Eksternal Analisis Summary</i> (EFAS).....	58
Tabel 4.4 Rekapitulasi Nilai Skor IFAS dan EFAS.....	59
Tabel 4.5 Matriks SWOT	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Matriks SWOT	21
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	28
Gambar 3.1 Situs Penelitian	32
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Toko Sumber Murah	45
Gambar 4.2 Diagram Analisis SWOT	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Ijin Penelitian	73
Lampiran 2. Surat Balasan Ijin Penelitian.....	74
Lampiran 3. Informan Consent	75
Lampiran 4. Instrumen Penelitian	76
Lampiran 5. Transkrip Wawancara.....	85
Lampiran 6. Dokumentasi.....	98
Lampiran 7. Berita Acara	99

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bekerja dalam lingkungan komersial yang sangat tidak dapat diprediksi dan selalu berubah, organisasi harus bergerak cepat dan akurat untuk tetap unggul dalam persaingan. Oleh karena itu, setiap pemilik bisnis mempunyai tanggung jawab bersaing untuk menarik dan mempertahankan pelanggan setia. Para pengusaha masa kini harus mampu mengembangkan usahanya agar usahanya dapat tumbuh dan berkembang. Hal ini menuntut para wirausahawan untuk berpikir kritis dan mengembangkan peluang usahanya dengan mempertimbangkan seluruh faktor yang mempengaruhi usahanya

Perkembangan teknologi dan industri mempengaruhi kehidupan masyarakat terutama dalam dunia bisnis saat ini. Selain itu, banyaknya perusahaan-perusahaan baru, baik kecil maupun besar, menyebabkan meningkatnya persaingan antar perusahaan, terutama dengan perusahaan sejenis. Untuk bertahan dalam persaingan bisnis, memerlukan strategi yang tepat. (Rangkuti, 2016), menekankan pentingnya strategi sebagai sarana untuk mencapai tujuan. Tujuan akhir adalah agar bisnis memiliki cara yang tidak bias untuk mendeteksi faktor internal dan eksternal yang dapat menyebabkan perubahan lingkungan.

Strategi tingkat perusahaan adalah keputusan yang bertujuan untuk mempertahankan perusahaan dan meningkatkan posisi kompetitifnya. Perusahaan terus mengembangkan biaya rendah dan harga murah untuk meningkatkan efisiensi dan mengembangkan teknologi yang digunakan dalam operasional. Menurut Sridewi (2020), diperlukan kecerdasan, dorongan, dan kreativitas untuk mengembangkan perusahaan, yang merupakan tugas setiap pengusaha. Tujuan seorang wirausaha dalam usahanya adalah memperoleh keuntungan. Selain itu, pengusaha ingin usahanya bertahan lama. Banyak bisnis yang awalnya dimulai dalam skala kecil dengan sedikit penjualan.

Namun seiring berjalannya waktu, perusahaan berkembang dan menjadi lebih baik dari sebelumnya. Dan perusahaan yang mampu bertahan dalam persaingan akan menjadi perusahaan yang lebih besar. Dengan demikian, perusahaan harus mengalami kemajuan dalam sistem bisnisnya baik dari sistem internal perusahaan atau sistem internal perusahaan, serta kondisi lingkungan pendukung di luar perusahaan atau sistem eksternal perusahaan. Jika setiap pengusaha dapat mencapai hasil tersebut, maka usaha kecil memiliki harapan besar untuk menjadi usaha menengah atau bahkan besar (Pratiwi, 2022). Jika bisnisnya sudah bisa dikatakan bagus maka langkah selanjutnya adalah meningkatkan *market share*.

Market share adalah mengenai berapa persentase penjualan produk perusahaan yang ada di pasaran dibandingkan dengan persentase totalnya. (termasuk penjualan produk kompetitor) (Lestari et al., 2021). Dapat

dikatakan bahwa memperluas *market share* untuk meningkatkan bisnis perusahaan. Sebab jika pangsa pasarnya meningkat, maka tentunya permintaannya juga meningkat, sehingga jumlah barang atau produk yang ditawarkan juga harus meningkat, termasuk tenaga penjualannya. Untuk memperoleh keuntungan dan meningkatkan nilai perusahaan.

Market share seringkali dijadikan tolak ukur dan kriteria keberhasilan pasar suatu perusahaan dibandingkan dengan pesaingnya. Sebuah penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas meningkat seiring dengan peningkatan pangsa pasar. Rata-rata perusahaan dengan *market share* yang relatif besar memperoleh tingkat pengembalian investasi yang sangat tinggi. Berdasarkan temuan ini, banyak perusahaan yang secara serius berupaya memperluas pangsa pasarnya untuk meningkatkan profitabilitas. *Market share* dilakukan melalui *Differentiation, Marketing Mix, dan Selling*.

Salah satu sektor yang dinilai cukup sibuk dalam persaingan yang semakin meningkat adalah bisnis pakaian. Banyaknya perusahaan pakaian yang sangat berbeda membuat perusahaan saling bersaing untuk memastikan popularitas produknya di kalangan konsumen. Seiring berjalannya waktu, banyak bermunculan toko pakaian yang menawarkan tampilan baru dan modern. Munculnya banyak toko pakaian membuat persaingan semakin ketat. Usaha dalam bidang *fashion* adalah sebuah usaha yang sangat menjanjikan. Menurut Kemenparekraf/Baparekraf RI, Industri *fashion* menciptakan 17 persen dari 25 juta lapangan kerja di industri

kreatif. Dan *fashion* akan membawa nilai ekspor tertinggi ke sektor kreatif pada tahun 2022 dengan total \$16,5 miliar.

Salah satu toko pakaian terkenal di wilayah Maospati adalah "Toko Sumber Murah", terletak di desa Maospati, Kecamatan Maospati, Kabupaten Magetan. Toko Sumber Murah merupakan sebuah badan usaha yang menjual berbagai macam kebutuhan seperti sepatu, sandal, alat tulis, dan sebagainya. Namun yang menjadi produk utama dari Toko Sumber Murah Maospati ini adalah pakaian dari mulai bayi sampai dewasa. Toko Sumber Murah ini sudah mempunyai cabang di berbagai daerah seperti Ngawi, Madiun, Ponorogo dan akan semakin memperluas jangkauan usahanya dengan membuka cabang baru.

Hasil dari wawancara yang peneliti lakukan bersama pemilik Toko Sumber Murah, ditemukan beberapa permasalahan yang dihadapi dari usaha ini adalah mengenai sumber daya manusia yang masih kurang dalam tingkat kedisiplinan dikarenakan usaha ini mengutamakan pelayanan sebagai kunci untuk memajukan usahanya. Permasalahan lainnya adalah mengenai pemasaran yang masih sangat bergantung dengan toko *offline*. Pesaing industri *fashion* sudah mulai memanfaatkan media sosial untuk promosi penjualan dan periklanan, sedangkan Toko Murah Sumber Maospati belum memanfaatkan media sosial dengan baik untuk mempromosikan usahanya sehingga *market share* yang dicapai belum maksimal. Ada banyak metode pemasaran yang populer saat ini. Alasan peneliti mengambil judul ini dan lokasi ini adalah toko ini berada dalam

suatu desa yang dimana toko ini menjual pakaian yang cukup lengkap mulai dari pakaian bayi hingga dewasa sehingga penduduk desa tidak perlu jauh ke toko pusat kota. Selain itu, yang membuat peneliti tertarik adalah bangunan toko yang dulunya sebuah ruko dan masih bergabung dengan ruko lainnya sekarang dapat membangun cabang dimana-mana dan mempunyai karyawan lebih dari 85 orang.

Berdasarkan permasalahan diatas, Toko Sumber Murah masih perlu dikembangkan baik dari sisi sumber daya manusia maupun dalam segi pemasarannya untuk lebih meningkatkan *market share* agar *profit* yang dihasilkan lebih maksimal. Maka dari itu, peneliti sangat tertarik untuk menganalisis strategi pengembangan alternatif apa yang tepat sesuai dengan kondisi Toko Sumber Murah dalam meningkatkan *market share* dan dampaknya terhadap masa yang akan datang dengan menggunakan analisis SWOT sebagai metode untuk menganalisis strategi pengembangan tersebut. Analisis SWOT memungkinkan pebisnis memilih strategi dengan mempertimbangkan faktor internal yaitu, kekuatan dan kelemahan, dengan mempertimbangkan faktor eksternal yang ada dan yang dihadapi yaitu peluang dan ancaman.

Penelitian oleh Angela Pangaribuan & Mardhiyah (2022), yang menggunakan analisis SWOT menunjukkan bahwa hasil penelitian diketahui bahwa UD. Rezeki Baru menggunakan strategi intensif dalam mengembangkan usahanya, mengembangkan produk yang ada dan memperluas pasar. Rekomendasi alternatif strategi yang tepat adalah

strategi W-T, dengan mempertahankan kekuatan dan memanfaatkan peluang yang ada, serta meminimalkan kelemahan yang ada dan menghindari ancaman. Penelitian oleh (Leginasawati et al., 2023), Analisis SWOT terhadap pertumbuhan penjualan UMKM ADIBAH SHOCK menunjukkan bahwa strategi pengembangan perusahaan melibatkan pengembangan produk dan pasar, dengan fokus pada pemasaran inovatif untuk meningkatkan kualitas produk, upaya promosi, dan pengembangan produk kaus kaki. Perusahaan juga menyadari perlunya memanfaatkan kekuatan dan kemungkinan yang dimilikinya saat ini. Penelitian oleh Nur & Pertiwi (2023), Pendekatan analisis SWOT menunjukkan bahwa *THENBLANK* berada pada kuadran 1, dimana strategi yang diterapkan adalah strategi yang berorientasi pada pertumbuhan, dimana *THENBLANK* harus agresif mengembangkan bisnisnya, memanfaatkan peluang yang ada dan mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki. Dari latar belakang diatas peneliti menarik judul **“Strategi Pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan *Market Share* Melalui Analisis SWOT Pada Toko Sumber Murah Maospati”**

B. Fokus Penelitian

Kemampuan peneliti untuk mengumpulkan dan mencari materi yang relevan, serta memandu diskusi atau analisis, bergantung pada penekanan studi, yang pada gilirannya menentukan jalur penelitian. Lebih jauh, untuk mencegah penelitian terbuang sia-sia karena argumen yang

tidak jelas, studi ini menyoroti keterbatasan ruang dalam penelitian dan keterbatasan ruang dalam membuat penelitian. Tujuan utama studi ini adalah menganalisis SWOT (faktor internal dan faktor eksternal) pada Toko Sumber Murah Maospati untuk memberikan ide strategi pengembangan usaha yang akan meningkatkan *market share* mereka.

C. Rumusan Masalah

Studi ini telah merumuskan kembali masalah berdasarkan latar belakang masalah yang disebutkan di atas dan untuk menjelaskan jalur penelitian.

1. Bagaimana faktor yang menjadi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) pada Toko Sumber Murah Maospati ?
2. Bagaimana strategi pengembangan usaha yang efektif dalam meningkatkan *market share* pada Toko Sumber Murah Maospati ?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan studi ini adalah untuk memberikan jawaban yang konsisten dengan pernyataan masalah penelitian.

1. Mengetahui faktor yang menjadi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), ancaman (*threats*) pada Toko Sumber Murah Maospati.
2. Mengetahui strategi pengembangan usaha yang efektif dalam meningkatkan *market share* pada Toko Sumber Murah Maospati.

E. Manfaat Penelitian

Peneliti dengan tulus berharap agar semua pihak terkait dapat memperoleh manfaat dari studi ini. Adapun manfaat yang diharapkan.

1. Manfaat praktis

- a. Menjadi panduan dalam mengembangkan usaha agar dapat menganalisis lingkungan internal dan eksternal pada usaha yang dijalankan.
- b. Bagi pemilik usaha Toko Sumber Murah Maospati, diharapkan dengan adanya penelitian yang dilakukan ini dapat membantu memberi masukan serta pengetahuan dalam mengembangkan usahanya agar dapat meningkatkan *market share*.
- c. Bagi mahasiswa, akan mendapatkan pengalaman praktis dalam menerapkan konsep-konsep pengembangan bisnis yang diperoleh selama kuliah dengan lingkungan nyata. Hal ini dapat meningkatkan pemahaman serta pengetahuan mereka tentang bagaimana konsep-konsep tersebut berfungsi dalam kehidupan sehari-hari.

2. Manfaat teoritis

Manfaat teoritis yang diasumsikan dari penelitian ini adalah hasil penelitian ini dapat memperluas pengetahuan tentang strategi pengembangan bisnis dengan metode SWOT dan menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya yang lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Angela Pangaribuan, F., & Mardhiyah, A. (2022). PENERAPAN ANALISIS SWOT DALAM MENGEMBANGKAN USAHA INDUSTRI KERIPIK. In *Journal of Business Administration (JBA)* (Vol. 1, Issue 1). <https://doi.org/10.32734/jba.v1i1.9150>
- Aritonang, A. (2023). Pengaruh faktor makro ekonomi dan financial performance terhadap market share perbankan syariah di Indonesia tahun 2019-2022. *Etheses UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan*. <http://etd.uinsyahada.ac.id/id/eprint/9417>
- Budio, S. (2019). *Strategi Manajemen Sekolah*. Jurnal Menata.
- Defrizal, & Pramudya, S. F. (2023). Analisis SWOT dalam Meningkatkan Daya Saing pada Toko Dura di Bandar Lampung. *Jurnal EMT KITA*, 7(3), 776–782. <https://doi.org/10.35870/emt.v7i3.1268>
- Fadhallah. (2021). *Wawancara (Pertama)*. UNJ Press.
- Fairus, F., & Syah, H. (2020). Analisis Pengendalian Internal Atas Sistem Dan Prosedur Penggajian Dalam Usaha Mendukung Efisiensi Biaya Tenaga Kerja Pada Pt Pancaran Samudera Transport, Jakarta (Internal Control Analysis Of The Payroll's System And Procedures In Supporting The Efficiency Of Labor Costs In Pt. Pancaran Samudera Transport, Jakarta). *Analisis Pengendalian Internal Atas Sistem Dan Prosedur Penggajian Dalam Usaha Mendukung Efisiensi Biaya Tenaga Kerja Pada Pt Pancaran Samudera Transport, Jakarta*. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/2173>
- Fakhira, T. (2023). *Mengupas 9 Elemen Pemasaran Menurut Hermawan Kartajaya*. Markplusinstitute.Com. <https://markplusinstitute.com/>
- Fatimah, F. N. D. (2016). *Teknik Analisis SWOT*. Anak Hebat Indonesia.
- Irmawati, I., Lamusa, A., & Laihi, M. A. A. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Roti Pada Industri Rumah Tangga Aisyah Bakery Di Kota Palu. *Agrotekbis: E-Jurnal Ilmu Pertanian*, 11(1), 121–131. <http://jurnal.faperta.untad.ac.id/>
- Jannah, F. R. (2023). *Strategi KUA dalam menentukan wali hakim Bagi pasangan yang walinya ghaib*. <http://repo.uit-lirboyo.ac.id/id/eprint/1075>

- Kadir, Nuraeni. M. A. Razak. Fauziah. M. J. (2020). *Model Pengembangan Usaha Pensutraan* (T. Lestari, Ed.). CV Jakad Media Publishing.
- Kemenparekraf/Baparekraf RI. (2024). *Siaran Pers: Menparekraf: Indonesia Fashion Week 2024 Perkuat Ekosistem Fesyen Tanah Air*. <https://kemenparekraf.go.id/>
- Kuma, C. F. D., Lasalewo, T., & Rasyid, A. (2023). Strategi Pengembangan Bisnis Dalam Upaya Peningkatan Penjualan Produk Heo Lubricant Di PT. Bina Pertiwi Dengan Analisis SWOT Dan QSPM. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 269–278. <https://doi.org/10.37479/jimb.v6i1.19385>
- Leginasawati, H., Agustin, H. T., & Komar, I. C. (2023). Strategi Pengembangan Bisnis Untuk Meningkatkan Penjualan Pada UMKM ADIBAH SOCK di Kabupaten Purbalingga. *JAMBURA*, 6(2). <http://ejournal.ung.ac.id/index.php/JIMB>
- Lestari, E. P. A., Aliami, S., & Leksono, P. Y. (2021). Performa STP Untuk Mempertahankan Mind Share Pada Produk Bolu Kering Mak Plengeh UD Wahyu Jaya Kota Kediri. *Jurnal EMA*, 6(2), 79–84. <http://dx.doi.org/10.47335/ema.v6i2.85>
- Nafi'ah, E. U., & Suryaningsih, R. (2022). ANALISIS SWOT SEBAGAI UPAYA MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA DEPOT AIR MINUM ISI ULANG TIRTO UTOMO SIWALAN MLARAK PONOROGO. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 2(1), 43–62. <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v2i1.665>
- Nur, W., & Pertiwi, B. (2023). *STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PRODUK FASHION LOKAL (STUDI KASUS THENBLANK)*. <https://doi.org/10.58290/jmbo.v2i2.176>
- Nurjannah, D. (2020). ANALISIS SWOT SEBAGAI STRATEGI MENINGKATKAN DAYA SAING (Studi Pada PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru). In *Jurnal Perbankan Syariah* (Vol. 1, Issue 1). <https://ejournal.stiesyariahbangkalis.ac.id/index.php/jps>
- Pratiwi, D. (2022). *STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA RUMAH MAKAN MAS UNTUNG MALILI KAB. LUWU TIMUR*. IAIN Palopo. <https://repository.iainpalopo.ac.id>
- Rangkuti, F. (2016). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis* (Keduapuluh dua). PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Rinaldi, R., Safa, C., Barkah, atul, Herawaty, T., & Auliana, L. (2023). Strategi Meningkatkan Unit Market Share Menggunakan Analisis SWOT Pada

- Klinik LHC Tanjungsari. In *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis* (Vol. 14, Issue 2). <https://doi.org/10.17509/jimb.v14i2.66195>
- Rusdiana, A. (2020). *Manajemen Strategik* (T. Nurhayati, Muhandi, Wasik, & Z. Nurzaman, Eds.; Pertama). Pustaka Tresna Bhakti.
- Sinta Nur Rahmadana, & Saida Zainurossalamia ZA. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Terhadap Kinerja Pemasaran Usaha Home Lavacakery pada Covid-19. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 2(3), 335–350. <https://doi.org/10.55123/mamen.v2i3.1989>
- Sridewi, N. (2020). *Analisis strategi pengembangan usaha dalam meningkatkan pendapatan pada rumah makan Sukma Rasa Labuapi Kabupaten Lombok Barat*. UIN Mataram. <https://etheses.uinmataram.ac.id/>
- Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. CV ALFABETA.
- Sumarsid, Asti, E. G., Pangestuti, R. S., & Tartiani, Y. A. T. (2023). *Manajemen Strategi : Pendekatan secara Teori dan Kajian Kasus*. Mitra Wacana Media.
- Syahrizal, H., & Jailani, M. S. (2023). Jenis-Jenis Penelitian Dalam Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal QOSIM : Jurnal Pendidikan, Sosial & Humaniora*, 1(1), 13–23. <https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.49>
- Tamba, F. (2022). *Kualitas Pelayanan Publik Bagian Kesejahteraan Sosial Dalam Melayani Masyarakat Untuk Pengurusan Surat Keterangan Tidak Mampu (SKTM) Di Kantor Camat Tanjung Morawa*. <https://repositori.uma.ac.id/handle/123456789/18158>
- Wahyudi, Moch. E. (2020). *Implementasi Perpres Nomor 87 Tahun 2017 Tentang Nilai-Nilai Pendidikan Karakter Di SMPN 4 Kediri*. <https://etheses.iainkediri.ac.id:80/id/eprint/1919>
- Wati, K. (2020). ANALISIS HARGA DAN DISTRIBUSI TERHADAP COMPETITIVE ADVANTAGE (STUDI KASUS PADA INDUSTRI KECIL MENENGAH KERUPUK/OPAK DI KOTA BINJAI. *Kumpulan Karya Ilmiah Mahasiswa Fakultas Sosial Sains*, 2(02).
- Widaningsih, & Ariyani. (2018). *Aspek Hukum Kewirausahaan*. Polinema Press.