



**STRATEGI PENGEMBANGAN WIRAUSAHA DALAM
PEMANFAATAN TANDAN KOSONG KELAPA
SAWIT MENJADI ENERGI BIOMASSA
*EFB PALM PELLE*T OLEH
PT TOBA HIJAU SINERGI**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi dan Memenuhi Persyaratan
Ujian Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Sosial Sains
Universitas Pembangunan Panca Budi

Oleh:

ROSNELLY
NPM: 1515310740

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN
2019**



FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN

PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : ROSNELLY
NPM : 1515310740
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
JENJANG : S 1 (STRATA SATU)
JUDUL SKRIPSI : STRATEGI PENGEMBANGAN WIRAUUSAHA
DALAM PEMANFAATAN TANDAN KOSONG
KELAPA SAWIT MENJADI ENERGI BIOMASSA
EFB PALM PELLET OLEH PT TOBA HIJAU
SINERGI

MEDAN, OKTOBER 2019

KETUA PROGRAM STUDI

(Nurafrina Siregar, SE., M.si)



(Dr. Nurafrina Siregar, M.Hum)

PEMBIMBING I

(Nurafrina Siregar, SE., M.si)

PEMBIMBING II

(Dr. Rusiedi, SE., M.si)



**FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN**

PERSETUJUAN UJIAN

SKRIPSI DITERIMA DAN DISETUJUI OLEH
PANITIA UJIAN SARJANA LENGKAP FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI

NAMA : ROSNELLY
NPM : 1515310740
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
JENJANG : S 1 (STRATA SATU)
JUDUL SKRISPI : STRATEGI PENGEMBANGAN WIRAUSAHA DALAM
PEMANFAATAN TANDAN KOSONG KELAPA
SAWIT MENJADI ENERGI BIOMASSA EFB PALM
PELLET OLEH PT TOBA HIJAU SINERGI

KETUA

(Nurafriana Siregar, SE., M.si)

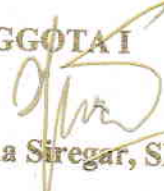
ANGGOTA II


(Dr. Rusladi, SE., M.si)

ANGGOTA IV

(Drs. Manuntun Pakpahan, MM)

MEDAN, OKTOBER 2019

ANGGOTA I

(Nurafriana Siregar, SE., M.si)

ANGGOTA III

(Dr. Elfitra Desy Surya, SE., MM)

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

NAMA : Rosnelly
NPM : 151531740
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : STRATEGI PENGEMBANGAN WIRAUUSAHA DALAM PEMANFAATAN TANDAN KOSONG KELAPA SAWIT MENJADI ENERGI BIOMASSA EFB PALM PELLET OLEH PT. TOBA HIJAU SINERGI

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain.
2. Memberi izin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada UNPAB untuk menyimpan, mengalih-media/formatkan mengelola, mendistribusikan, dan mempublikasikan karya skripsinya melalui internet atau media lain bagi kepentingan akademis.

Pernyataan ini saya perbuat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai dengan aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Medan, Juli 2019



Rosnelly

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

N a m a : ROSNELLY
Tempat / Tanggal Lahir : Medan / 12-03-1980
NPM : 1515310740
Fakultas : Sosial Sains
Program Studi : Manajemen
Alamat : Jl. Pasar Nippon Gg. Bestari

Dengan ini mengajukan permohonan untuk mengikuti ujian sarjana lengkap pada Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi.

Sehubungan dengan hal ini tersebut, maka saya tidak akan lagi ujian perbaikan nilai dimasa yang akan datang.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Medan, 05 Juli 2019

Yang membuat pernyataan


ROSNELLY



TANDA BEBAS PUSTAKA

No. 603/Perp/Bp/2019

Dinyatakan tidak ada sangkut paut dengan UPT. Perpustakaan

20 AUG 2019

FM-BPAA-2012-041

Hal : Permohonan Meja Hijau



Sugidjo, Sos. SP21

Medan, 19 Agustus 2019
Kepada Yth : Bapak/Ibu Dekan
Fakultas SOSIAL SAINS
UNPAB Medan
Di
Tempat



Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini :
Nama : ROSNELLY
Tempat/Tgl. Lahir : Medan / 12 Maret 1980
Nama Orang Tua : SAMINO
N. P. M. : 1515310740
Fakultas : SOSIAL SAINS
Program Studi : Manajemen
No. HP : 08126004546
Alamat : Jl. Pasar Nippon Gg. Bestari

Datang bermohon kepada Bapak/Ibu untuk dapat diterima mengikuti Ujian Meja Hijau dengan judul Strategi Pengembangan Wirausaha dalam Pemanfaatan Tandan Kosong Kelapa Sawit Menjadi Energi Biomassa EFB Palm Pellet oleh PT. Toba Hijau Sinergi. Selanjutnya saya

- Melampirkan KKM yang telah disahkan oleh Ka. Prodi dan Dekan
- Tidak akan menuntut ujian perbaikan nilai mata kuliah untuk perbaikan indeks prestasi (IP), dan mohon diterbitkan ijazahnya setelah lulus ujian meja hijau.
- Telah tercapai keterangan bebas pustaka
- Tempelir surat keterangan bebas laboratorium
- Tempelir pas photo untuk ijazah ukuran 4x6 = 5 lembar dan 3x4 = 5 lembar Hitam Putih
- Tempelir foto copy STTB SLTA dilegalisir 1 (satu) lembar dan bagi mahasiswa yang lanjutan D3 ke S1 lampirkan ijazah dan transkripnya sebanyak 1 lembar.
- Tempelir pelunasan kwintasi pembayaran uang kuliah berjalan dan wisuda sebanyak 1 lembar
- Skripsi sudah dijilid lux 2 exemplar (1 untuk perpustakaan, 1 untuk mahasiswa) dan jilid kertas jeruk 5 exemplar untuk penguji (bentuk dan warna penjiilidan diserahkan berdasarkan ketentuan fakultas yang berlaku) dan lembar persetujuan sudah ditandatangani dosen pembimbing, prodi dan dekan
- Soft Copy Skripsi disimpan di CD sebanyak 2 disc (Sesuai dengan Judul Skripsinya)
- Tempelir surat keterangan BKKOL (pada saat pengambilan ijazah)
- Setelah menyelesaikan persyaratan point-point diatas berkas di masukan kedalam MAP
- Bermedia melunaskan biaya-biaya yang dibebankan untuk memproses pelaksanaan ujian dimaksud, dengan perincian sbb :

1. [102] Ujian Meja Hijau	: Rp.	500,000
2. [170] Administrasi Wisuda	: Rp.	1,500,000
3. [202] Bebas Pustaka	: Rp.	100,000
4. [221] Bebas LAB	: Rp.	0
Total Biaya	: Rp.	2,100,000
5. Uk. Termin ganjil	Kp	3750.000
		<u>5.750.000</u>

M 20/8 2019

Ukuran Toga :



Hormat saya
Rosnelly
ROSNELLY
1515310740

- 1. Surat permohonan ini sah dan bertaku bila ;
 - a. Telah dicap Bukti Pelunasan dari UPT Perpustakaan UNPAB Medan.
 - b. Melampirkan Bukti Pembayaran Uang Kuliah aktif semester berjalan
- 2. Dibuat Rangkap 3 (tiga), untuk - Fakultas - untuk BPAA (asli) - Mhs.ybs.

Telah di terima berkas persyaratan dapat di proses Medan, 20-08-2019

Ka. BPAA
an. *Alexis*

TEGUH WAHYONO, S.Pd, M.M.

Plagiarism Detector v. 1092 - Originality Report:

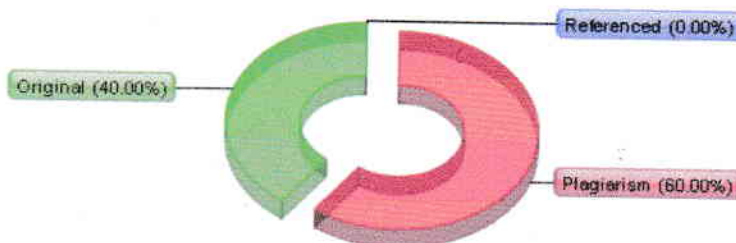
Analyzed document: 13/08/2019 09:09:06

"ROSNELLY_1515310740_MANAJEMEN.doc"

Licensed to: Universitas Pembangunan Panca Budi_License4



Relation chart:



Distribution graph:

Comparison Preset: Rewrite. Detected language: Indonesian

Top sources of plagiarism:

- 35 wrds: 4236 <http://digilib.unila.ac.id/27369/2/SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMBAHASAN.pdf>
- 18 wrds: 1797 <https://text-id.123dok.com/document/rz3ell7dq-pengertian-analisis-swot-analisis-swot.html>
- 14 wrds: 1639 <http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/51296/Chapter%20II.pdf?sequence=4&a...>

other Sources:]

Processed resources details:

417 - Ok / 71 - Failed

other Sources:]

Important notes:

Wikipedia:

Google Books:

Ghostwriting services:

Anti-cheating:



[not detected]

GoogleBooks Detected!

[not detected]

[not detected]

Excluded Urls:



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI

FAKULTAS SOSIAL SAINS

Fax. 061-8458077 PO.BOX : 1099 MEDAN

PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI MANAJEMEN	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI AKUNTANSI	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI ILMU HUKUM	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI PERPAJAKAN	(TERAKREDITASI)


PERMOHONAN MENGAJUKAN JUDUL SKRIPSI

bertanda tangan di bawah ini :

Nama : ROSNELLY
 Tanggal Lahir : Medan / 12 Maret 1980
 NPM : 1515310740
 Jurusan : Manajemen
 Program Studi : Manajemen UKM
 Nilai yang telah dicapai : 123 SKS, IPK 3.64
 yang mengajukan judul skripsi sesuai dengan bidang ilmu, dengan judul:

Judul SKRIPSI	Persetujuan
STRATEGI PENGEMBANGAN WIRAUUSAHA PT. TUNAS HARAPAN SAWIT DALAM MEMPRODUKSI EMPTY FRUIT BUNCH PELLETT SEBAGAI BAHAN BAKAR BOILER	<input type="checkbox"/>
WIRAUUSAHA PEMANFAATAN LIMBAH KOLAM PABRIK KELAPA SAWIT UNTUK TUJUAN EXPORT OLEH CV. INTAN MELANG	<input type="checkbox"/>
STRATEGI PENGEMBANGAN WIRAUUSAHA DALAM PEMANFAATAN TANDAN KOSONG KELAPA SAWIT MENJADI ENERGI BERSAMA EFB PALM PELLETT OLEH PT. TOBA HIJAU SINERGI	<input checked="" type="checkbox"/>

Disetujui oleh Kepala Program Studi diberikan tanda


 Rektor I,
 (Ir. Bhakti Alamsyah, M.T., Ph.D.)

Medan, 05 Desember 2018


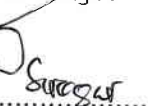

Pemohon,


 (Rosnelly)

Nomor :
 Tanggal :
 Disahkan oleh :
 Dekan

 (Dr. Surya Nita, S.H., M.Hum.)
 Tanggal : 16/12/18
 Disetujui oleh :
 Ka. Prodi Manajemen

 (NURAFRINA SIREGAR, SE., M.Si.)

Tanggal : 16/12/18
 Disetujui oleh :
 Dosen Pembimbing I :


 (X. Kharafin) (Siregar, SE., M.Si.)
 Tanggal :
 Disetujui oleh :
 Dosen Pembimbing II :

 (RUSIADI, SE., M.Si.)

Dokumen: FM-LPPM-08-01

Revisi: 02





Tgl. Eff: 20 Des 2015



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
FAKULTAS SOSIAL SAINS

Jl. Jend. Gatot Subroto Km. 4,5 Telp (061) 8455571
 website : www.pancabudi.ac.id email: unpab@pancabudi.ac.id
 Medan - Indonesia

Universitas : Universitas Pembangunan Panca Budi
 Fakultas : SOSIAL SAINS
 Dosen Pembimbing I : NURAFRINA SIREGAR SE, Msi
 Dosen Pembimbing II : RUSIADI SE, Msi
 Nama Mahasiswa : ROSNELLY
 Jurusan/Program Studi : Manajemen
 Nomor Pokok Mahasiswa : 1515310740
 Bidang Pendidikan : S1
 Tugas Akhir/Skripsi : STRATEGI PENGEMBANGAN WIRAWISAYA DALAM PEMANFAATAN
TAMPAN KOSONG KELAPA SAWIT MENJADI ENERGI BIOMASSA
EFB PALM PENET OIEH PT. TOBA HIJAU SIMERG

ANGGAL	PEMBAHASAN MATERI	PARAF	KETERANGAN
12/2018	teori tidak relevan. teori kurang update. latar belakang belum baik Assesment proposal	   	

Medan, 22 November 2018
 Diketahui/Disetujui oleh :
 Dekan,



Dr. Surya Nita S.H., M.Hum.



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
FAKULTAS SOSIAL SAINS

Jl. Jend. Gatot Subroto Km. 4,5 Telp (061) 8455571
 website : www.pancabudi.ac.id email: unpab@pancabudi.ac.id
 Medan - Indonesia

Universitas : Universitas Pembangunan Panca Budi
 Fakultas : SOSIAL SAINS
 Dosen Pembimbing I : NURAFRIMA SIREGAR SE, Msi
 Dosen Pembimbing II : RUSIADI SE, Msi
 Nama Mahasiswa : ROSNELLY
 Jurusan/Program Studi : Manajemen
 Nomor Pokok Mahasiswa : 1515310740
 Tingkat Pendidikan : S-1
 Nama Tugas Akhir/Skripsi : STRATEGI PENGEMBANGAN WUSAHA DALAM PEMANFAATAN
 TANDAN KUSONG KELAPA SAWIT MENJADI EMERGI BIOMASSA
 EPB PALM PELLET OLEH PT. TOBA HIJAU SIMERGI

TANGGAL	PEMBAHASAN MATERI	PARAF	KETERANGAN
30/11/18	- pelantar skripsi p pembimbing		
21/11/18	- penerbitan & problem dan deteksi di dalam		
21/11/18	All sum paper		

Medan, 22 November 2018
 Diketahui/Disetujui oleh :
 Dekan,



Dr. Surya Nita, S.H., M.Hum.



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
FAKULTAS SOSIAL SAINS

Jl. Jend. Gatot Subroto Km. 4,5 Telp (061) 8455571
 website : www.pancabudi.ac.id email: unpub@pancabudi.ac.id
 Medan - Indonesia

Universitas : Universitas Pembangunan Panca Budi
 Fakultas : SOSIAL SAINS
 Dosen Pembimbing I : NURAFRIMA SIVERER, SE., M.Si
 Dosen Pembimbing II : PT. RUSIADI, SE., M.Si
 Nama Mahasiswa : ROSNELLY
 Jurusan/Program Studi : Manajemen
 Nomor Pokok Mahasiswa : 1515310740
 Tingkat Pendidikan : STRATA-1
 Tugas Akhir/Skripsi : STRATEGI PENGEMBANGAN WIRASAMA DALAM PEMDARTAN
TANDAN KOSONG KELAPA SAWIT MENJADI ENERGI BIOMASSA
FFB PALM PELET OLEH PT. TOSA HUAN SIVERER

ANGGAL	PEMBAHASAN MATERI	PARAF	KETERANGAN
19 07/19	- Struktur Identifikasi masalah dengan Rumusan masalah, pembahasan dan kesimpulan, saran. Aa Sedang megri Njia		

Medan, 26 Juni 2019
 Diketahui/Disetujui oleh :
 Dekan,

Dr. Surya Nita, S.H., M.Hum.



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
FAKULTAS SOSIAL SAINS

Jl. Jend. Gatot Subroto Km. 4,5 Telp (061) 8455571
 website : www.pancabudi.ac.id email: unpab@pancabudi.ac.id
 Medan - Indonesia

Universitas : Universitas Pembangunan Panca Budi
 Fakultas : SOSIAL SAINS
 Pembimbing I : NURAFRINA SIREGAR, SE., M.Si
 Pembimbing II : Dr. RUSIADI, SE., M.Si
 Mahasiswa : ROSNELLY
 Jurusan/Program Studi : Manajemen
 Nomor Pokok Mahasiswa : 1515310740
 Tingkat Pendidikan : STRATA - I
 Tugas Akhir/Skripsi : STRATEGI PENGEMBANGAN WIRAUSSAHA DALAM PEMANFAATAN
 TAMBAH KOSONG KELAPA SAWIT SAWIT MENJADI ENERGI BIOMASSA
 EFF. PALM PELLET OLEH PT. TOBA MUJAU SIMERGI

NO	PEMBAHASAN MATERI	PARAF	KETERANGAN
1/6.19	- penjelasan lebih detail mengenai penjelasan, penjabaran pada halaman kelemahan kemampuan dan ancaman		
1/6	- Penambahan gambar produk		
1/6	- Perbaikan penulisan dan susunan		
1/6.19	See sy nyi bri		

Medan, 26 Juni 2019
 Diketahui/Disetujui oleh :
 Dekan,

Dr. Surya Nita, S.H., M.Hum.



Aceh Liris Way
5/12/19
Murprine Siraga

**STRATEGI PENGEMBANGAN WIRUSAHA DALAM
PEMANFAATAN TANDAN KOSONG KELAPA
SAWIT MENJADI ENERGI BIOMASSA
EFB PALM PELLET OLEH
PT TOBA HIJAU SINERGI**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi dan Memenuhi Persyaratan
Ujian Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Sosial Sains
Universitas Pembangunan Panca Budi

Oleh:

ROSNELLY
NPM: 1515310740

Ace Liris Way
5/12/19
[Signature]

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN
2019**

Ace Sidang
Majelis
01/07/19



Ace Sidang
2016/19

**STRATEGI PENGEMBANGAN WIRAUSAHA DALAM
PEMANFAATAN TANDAN KOSONG KELAPA
SAWIT MENJADI ENERGI BIOMASSA
EFB PALM PELLET OLEH
PT TOBA HIJAU SINERGI**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi dan Memenuhi Persyaratan
Ujian Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Sosial Sains
Universitas Pembangunan Panca Budi

Oleh:

ROSNELLY
NPM: 1515310740

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN
2019**

Ace Seminar Proposal
28/11/2019



Ace Seminar Proposal
28/11/2019

**STRATEGI PENGEMBANGAN WIRUSAHA DALAM
PEMANFAATAN TANDAN KOSONG KELAPA
SAWIT MENJADI ENERGI BIOMASSA
EFB PALM PELLET OLEH
PT TOBA HIJAU SINERGI**

PROPOSAL

Diajukan Untuk Melengkapi dan Memenuhi Persyaratan
Ujian Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Sosial Sains
Universitas Pembangunan Panca Budi

Oleh:

ROSNELLY
NPM: 1515310740

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN
2019**



PT. TOBA HIJAU SINERGI

Solution & Innovation For Green Industry

Nomor : No. LO-002/HIJAU/VII/2019

Medan, 27 Juni 2019

Hal : Persetujuan Research

Kepada Yth.

Ibu Dr. Surya Nita S.H.,M.Hum

Dekan Universitas Pembangunan Pancabudi

Fakultas Sosial Sains

Dengan hormat,

Membalas surat permohonan research yang disampaikan kepada kami No. S241/17/FSSM/2019 Tertanggal 26 Juni 2019

Dengan ini, saya sampaikan bahwa yang tersebut dibawah ini :

Nama : Rosnelly
N.P.M : 1515310740
Fakultas : Sosial Sains
Prodi : Manajemen
Alamat : Jalan Pasar Nippon Gg. Bestari No.12 Medan

Kami izinkan dan telah melakukan Penelitian/Research di bidang manajemen pada perusahaan kami dengan judul :
"Strategi pengembangan wirausaha dalam pemanfaatan tandan kosong kelapa sawit menjadi Energi Biomassa EFB palm Pellet oleh PT. Toba Hijau Sinergi"

Demikian disampaikan, untuk dapat dipergunakan seperlunya

PT. Toba Hijau Sinergi

Martiawan Sijabat
Direktur Utama

Address
Jalan Gatot Subroto
Komp Makro Bisnis Center No. 27C L
Medan 20136

Phone : 061-42561111

Fax : 061 8461111

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis Strategi Pengembangan Wirausaha Dalam Pemanfaatan Tandan Kosong Kelapa Sawit Menjadi Energi Biomassa EFB Palm Pellet Oleh PT Toba Hijau Sinergi. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif Metode pengumpulan data melalui wawancara dan observasi, Analisis data dilakukan melalui empat tahap yaitu data reduksi, penyajian data, pengujian hasil daftar pertanyaan dan penarikan kesimpulan. Berdasarkan hasil analisis lingkungan internal yang dilakukan pada PT. Toba Hijau Sinergi diketahui bahwa perusahaan memiliki empat faktor kekuatan dan empat faktor kelemahan. Faktor kekuatan utama yang ada PT. Toba Hijau Sinergi yaitu kondisi keuangan perusahaan baik, sedangkan faktor kelemahan utama yang ada di PT. Toba Hijau Sinergi yaitu Bahan baku masih ada yang berasal dari luar perusahaan. Berdasarkan hasil analisis lingkungan eksternal yang dilakukan, perusahaan memiliki dua faktor peluang dan dua faktor ancaman. Faktor peluang utama yang ada di PT. Toba Hijau Sinergi yaitu Memanfaatkan Mahalnya harga bahan bakar, sedangkan Faktor ancaman utama yang ada di PT. Toba Hijau Sinergi adalah adanya produk substitusi

Kata Kunci : Strength, Weaknes, Opportunities , Theart

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze Entrepreneurial Development Strategies in Utilizing Oil Palm Empty Bunches to Become Palm Pellet Biomass EFB Energy by PT Toba Hijau Sinergi. This type of research is descriptive qualitative Data collection methods through interviews and observations, Data analysis is done through four stages, namely data reduction, data presentation, testing the results of the questionnaire and drawing conclusions. Based on the results of internal environmental analysis conducted at PT. Toba Hijau Sinergi is known that companies have four strength factors and four weakness factors. The main strength factor is PT. Toba Hijau Sinergi is a good financial condition of the company, while the main weakness factor in PT. Toba Hijau Sinergi namely raw materials still exist from outside the company. Based on the results of the external environmental analysis carried out, the company has two opportunity factors and two threat factors. The main opportunity factors at PT. Toba Hijau Sinergi namely Utilizing the high price of fuel, while the main threat factor at PT. Toba Hijau Sinergi is the substitution product

Keywords : *Strength, Weaknes, Opportunities, Theart*

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah.....	6
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
E. Keaslian Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teori.....	9
1. Strategi.....	9
2. Wirausaha	13
3. Strategi Pengembangan Usaha.....	17
4. Analisis SWOT.....	16
5. Analisis Faktor Lingkungan Eksternal dan Lingkungan Internal	25
B. Penelitian Terdahulu.....	33
C. Kerangka Konseptual.....	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40
A. Informasi Penelitian.....	40
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	40
C. Informasi Penelitian.....	41
D. Informasi Penelitian dan Definisi Operasional.....	41
E. Teknik Pengumpulan Data.....	42
F. Teknik Analisa Data.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
A. Hasil Penelitian.....	45
B. Pembahasan.....	68
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	71
A. Simpulan.....	71
B. Saran.....	72

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Neraca Massa dan Energi Pembuatan Briket/Pelet TKKS.....	4
Tabel 1.2 Spesifikasi Palm EFB Pellet.....	5
Tabel 2.1 Matrik SWOT	19
Tabel 2.2 Mapping Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian dan Proses Skripsi	32
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	34
Tabel 4.1 Neraca Massa dan Energi Pembuatan Briket/Pelet TKKS.....	46
Tabel 4.2 Faktor Internal dan Faktor Eksternal	53
Tabel 4.3 Matriks Internal Factor <i>Analysis Summary</i> (IFAS).....	55
Tabel 4.4 <i>Matriks External Factor Analysis Summary</i> (EFAS).....	56
Tabel 4.5 Matriks SWOT PT. Toba Hijau Sinergi).....	58

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	30
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	44
Gambar 4.2 Diagram <i>Cartesius</i> Analisis SWOT.....	57

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah Swt atas rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul : Strategi Pengembangan Wirausaha Dalam Pemanfaatan Tandan Kosong Kelapa Sawit Menjadi Energi Biomassa EFB Palm Pellet Oleh PT Toba Hijau Sinergi ". Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih gelar sarjana Strata Satu (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Sosial Sains, Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.

Selama penelitian dan penyusunan laporan penelitian skripsi ini, penulis tidak luput dari kendala. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Isa Indrawan, S.E, M.M selaku Rektor Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
2. Ibu Dr. Surya Nita, S.H., M.Hum selaku Dekan Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
3. Ibu Nurafrina Siregar, SE., M.si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Sosial Sains Universitas Pancabudi Medan
4. Ibu Nurafrina Siregar, SE., M.si selaku dosen pembimbing I (satu) yang telah meluangkan waktu serta dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Dr. Rusiadi, SE., M.si selaku dosen pembimbing II (dua) yang telah meluangkan waktu serta dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.

6. Segenap Bapak/Ibu Dosen Program Studi Akuntansi atas bantuan, didikan, semangat dan bimbingannya selama ini.
7. Teman-teman seperjuangan yang ikut membantu saya dalam penulisan skripsi ini.
8. Pihak-pihak lain yang telah memberikan bantuan secara langsung maupun tidak langsung dalam pembuatan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Medan, Oktober 2019

Penulis

ROSNELLY
NPM : 1515310740

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Seiring dengan perkembangan zaman saat ini maka dunia usaha turut mengalami perkembangan yang positif. Hal itu terlihat dari banyaknya unit-unit usaha yang semakin bertambah baik usaha dalam skala kecil, menengah maupun skala besar. Mengingat bahwa sekarang ini sudah memasuki era globalisasi maka peran sektor industri sangat dibutuhkan untuk menopang perekonomian di Indonesia. Disisi lain persaingan perindustrian saat ini semakin ketat. Hal inilah yang membuat produsen terpacu untuk melakukan pembenahan agar memiliki daya saing yang unggul sehingga mampu berkompetisi ditengah ketatnya perkembangan perindustrian.

Indonesia merupakan yang berlatar belakang agraris atau merupakan Negara pertanian. Artinya pertanian masih memegang peranan penting bagi dalam perekonomian nasional, hal tersebut tergambar dari mayoritas penduduk Indonesia yang bekerja pada sektor pertanian, sampai saat ini sektor pertanian menjadi bidang yang dikembangkan oleh pemerintah karena mengingat latar belakang agraris tersebut. Bidang pertanian ini menjadi bidang pertanian yang sangat menunjang perekonomian Indonesia dan penyumbang devisa bagi Negara. Pengembangan usaha kelapa sawit merupakan salah satu langkah yang diperlukan sebagai kegiatan pembangunan subsektor perkebunan dalam rangka revitalisasi sektor pertanian. Pengembangan kelapa sawit rakyat yang sangat ditentukan oleh adanya kebijakan yang memihak kepada rakyat, agar mendorong terwujudnya

kesejahteraan rakyat. Pengembangan perkebunan rakyat diyakini tidak saja akan meningkatkan kesejahteraan rakyat.

Pohon kelapa sawit ditanam secara ekstensif di daerah tropis Asia, Afrika, Negara-negara Arab dan Amerika Selatan, Indonesia, Malaysia dan Nigeria adalah tiga negara teratas yang menanam pohon-pohon palem. Serat kelapa sawit, tandan buah kosong (TBS), inti sawit dan kelapa sawit adalah produk sampingan utama ekstraksi minyak sawit. Produk sampingan ini adalah bahan biomassa yang ideal untuk membuat pelet bahan bakar biomassa, pelet EFB yang sudah jadi efisien dengan nilai kalor tinggi dan bersih saat dibakar. Sekarang, pelet EFB memiliki aplikasi yang luas seperti pembangkit listrik, boiler, rak BBQ rumahan, atau pemusatan ketel uap, pemanas ruangan. Oleh karena itu, pelletizing EFB menjadi pelet biofuel dapat menghemat banyak energi dan membantu Anda menghasilkan keuntungan.

PT. Toba Hijau Sinergi (THS) sebuah perusahaan Engineering Procurement Construction and Installation (EPCI) Company yang mengkhususkan diri dalam desain dan manufaktur alat-alat proses, terutama peralatan proses yang digunakan untuk pengelolaan lingkungan seperti :

- 1) Pabrik pengolahan Tandan Kosong Kelapa Sawit menjadi bahan bakar alternative (Biomass & Biogas)
- 2) Instalasi Pengolahan Air Limbah (IPAL) Elektrokoagulasi
- 3) Recovery Proses Limbah B3
- 4) Filter Press dan lain-lain.

PT Toba Hijau Sinergi, salah satu perusahaan Engineering Procurement Construction and Installation (EPCI) Company yang mengkhususkan diri dalam

desain dan manufaktur alat-alat proses, terutama peralatan proses yang digunakan untuk pengelolaan lingkungan, seperti pengolah limbah padat kelapa sawit, dari TKKS menjadi pelet. Hal ini mengacu terhadap UU No 32 tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup, serta sesuai standar Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan dalam Pengelolaan Lingkungan (Proper), termasuk Resource Efficient Clean Product (RECP) /Program Kementerian Perindustrian.

Dalam rantai produksi minyak kelapa sawit, tercatat akan menghasilkan beberapa limbah salah satunya berupa limbah padat Tandan Kosong Kelapa Sawit (TKKS). Limbah TKKS ini jumlahnya cukup besar, lantaran merujuk data dari Pusat Penelitian Kelapa Sawit (PPKS) untuk setiap pengolahan 1 ton Tandan Buah Segar (TBS) sawit akan menghasilkan sekitar 22-23% tandan kosong, atau sebanyak 220-230 kg TKKS. Umumnya di perkebunan kelapa sawit, limbah padat TKKS ini akan diolah lebih lanjut menjadi pupuk organik, lantaran memiliki kandungan unsur hara yang dibutuhkan oleh tanaman. Pupuk ini bisa diaplikasikan untuk berbagai tanaman, sebagai pupuk organik, baik secara tunggal maupun dikombinasikan dengan pupuk kimia. Namun faktanya TKKS itu tidak hanya bisa diolah menjadi pupuk organik saja, lantaran bisa juga diolah untuk menjadi sumber energi alternatif yang ramah lingkungan yakni dijadikan pelet sebagai substitusi energi batubara atau bisa juga menjadi sumber energi tunggal. (<http://www.bumn.go.id>)

Pabrik kelapa sawit (PKS) selain berfungsi untuk mengolah tandan buah segar (TBS) kelapa sawit menjadi minyak kelapa sawit kasar (*crude palm oil*, CPO) ternyata juga menghasilkan limbah biomassa dalam jumlah yang besar.

Secara umum pada pengolahan 1 ton TBS akan menghasilkan limbah sebanyak 0.23 ton tandan kosong kelapa sawit (TKKS), 0.13 ton serabut (*mesocarp fibre*), 0.06 ton cangkang (*palm shell*), dan 0.65 ton limbah cair pabrik kelapa sawit (LCPKS). Saat ini ke banyakan TKKS yang dihasilkan oleh PKS hanya digunakan sebagai mulsa (kompos) di lahan perkebunan kelapa sawit yang walaupun bermanfaat terhadap tanaman kelapa sawit tetapi sebenarnya TKKS adalah biomassa yang dapat dimanfaatkan menjadi pelet/briket. Selanjutnya pelet/briket TKKS ini dapat digunakan sebagai bahan bakar alternatif yang ramah lingkungan dan terbarukan.

Dengan asumsi kandungan TKKS dalam TBS adalah 23% dan kapasitas olah PKS sebesar 30 ton/jam, maka laju TKKS yang dihasilkan sekitar 6,9 ton/jam. Untuk keperluan ini diperlukan 1 unit shredder dengan kapasitas 7 ton/jam. TKKS yang telah diperas dan dikeringkan kemudian dipotong hingga didapat cacahan serat dengan panjang maksimum 2 inch. Serat yang pendek akan memudahkan didalam proses pencetakan briket. Untuk keperluan ini diperlukan 1 unit press cutter dengan kapasitas 7 ton / jam. *Engineering flowsheet* pembuatan briket/pelet diperlihatkan pada lampiran berikut ini.

Tabel 1.1
Neraca Massa dan Energi Pembuatan Briket/Pelet TKKS

No	Komponen	Nilai	Satuan
1	Kapasitas PKS per jam	30.000	kg/jam
2	Kapasitas PKS per hari	600.000	kg/hari
3	Tandan Kosong Kelapa Sawit (TKKS)	138.000	kg/hari
4	Pelet TKKS (40% dari TKKS)	55.200	kg/hari
5	Nilai Kalor Pelet TKKS(*)	17.660	kJ/kg
6	Potensi Kalor Pelet TKKS	974.832.000	kJ/hari

Sumber : <http://tobahjausinerji.id>

Berikut ini tabel spesifikasi Palm EFB Pellet dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1.2
Spesifikasi Palm EFB Pellet

Komponen	Hasil	Satuan
Total Moisture	9,98	%
Volatile Component	15,60	%
Fixed Carbon	82,09	%
Ash	3,38	%
Density	0,98	Kg/m ³
Calorific values	4.639,54	kcal/kg
	19.411,81	kJ/kg

Sumber : <http://tobahjausinerji.id>

Berdasarkan uraian dan fenomena yang telah dikemukakan di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Strategi Pengembangan Wirausaha Dalam Pemanfaatan Tandan Kosong Kelapa Sawit Menjadi Energi Biomassa EFB Palm Pellet Oleh PT Toba Hijau Sinergi ”**.

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis membuat identifikasi masalah dalam penelitian ini, yaitu :

- a. Besarnya limbah yang dihasilkan yaitu pengolahan 1 ton Tandan Buah Segar (TBS) sawit akan menghasilkan sekitar 22-23% tandan kosong sawit.
- b. Pemanfaatan tandan kosong kelapa sawit menjadi energi biomassa EFB palm pellet belum sepenuhnya berjalan dengan baik.

2. Batasan Masalah

Untuk menghindari pembahasan yang tidak terarah, maka penulis membatasi masalah dalam penelitian ini diantaranya :

- a. Penulis membahas tentang strategi pengembangan wirausaha hanya dengan menggunakan analisis SWOT.
- b. Penulis hanya meneliti departemen yang berhubungan langsung dalam pengolahan tandan kosong kelapa sawit menjadi biomassa EFB palm pellet.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian maka masalah yang hendak diteliti dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi pengembangan wirausaha.
2. Bagaimana Pemanfaatkan tandan kosong kelapa sawit menjadi energi biomassa EFB palm pellet oleh PT Toba Hijau Sinergi ?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Strategi pengembangan wirausaha.
2. Pemanfaatan tandan kosong kelapa sawit menjadi energi biomassa EFB palm pellet oleh PT Toba Hijau Sinergi.

3. Manfaat Penelitian

- a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengembangan ilmu pengetahuan serta pola pikir penulis tentang strategi pengembangan wirausaha

b. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pengetahuan yang lebih luas akuntansi pertanggungjawaban dalam menilai kinerja manajerial sehingga dapat menjadi referensi yang dapat digunakan oleh mahasiswa/mahasiswi lain untuk melakukan penelitian.

c. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi perusahaan mengenai strategi pengembangan kewirausaha dalam pengambilang keputusan.

E. Keaslian Penelitian

Penelitian tentang strategi pengembangan wirausaha sudah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Penelitian ini memodifikasi hasil penelitian Pujiyanti. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan Pujiyanti (2018) yaitu:

1. Variabel penelitian Pujiyanti adalah Analisis Strategi Pengembangan Wirausaha Pemuda dalam Mewujudkan Wirausahawan Mandiri dan Implikasinya terhadap Ketahanan Ekonomi Keluarga, sedangkan variabel penelitian ini adalah strategi pengembangan wirausaha dalam pemanfaatan tandan kosong kelapa sawit menjadi energi biomassa EFB palm pellet.
2. Periode observasi penelitian Pujiyanti adalah tahun 2018, sedangkan observasi penelitian ini adalah tahun 2019.

3. Objek penelitian Pujiyanti adalah BMT Al-Hasanah cabang Jati Agung Lampung Selatan, sedangkan penelitian ini adalah PT Toba Hijau Sinergi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Strategi

Menurut Jatmiko (2010:4), Strategi dideskripsikan sebagai suatu cara dimana organisasi akan mencapai tujuan-tujuannya, sesuai dengan peluang-peluang dan ancaman-ancaman lingkungan eksternal yang dihadapi serta sumber daya dan kemampuan internal organisasi. Berdasarkan pada definisi tersebut, terdapat tiga faktor yang mempunyai pengaruh penting pada strategi, yaitu lingkungan eksternal, sumberdaya dan kemampuan internal, serta tujuan yang akan dicapai. Intinya, suatu strategi organisasi memberikan dasar-dasar pemahaman tentang bagaimana organisasi itu akan bersaing dan *survive*.

Menurut Allison dan Kaye (2015:3), strategi adalah prioritas atau arah keseluruhan yang luas yang diambil oleh organisasi. Strategi juga merupakan pilihan-pilihan tentang bagaimana cara terbaik untuk mencapai misi organisasi. Sedangkan menurut Rangkuti (2009:4), strategi merupakan tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus- menerus dan dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan.

Dari definisi para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa strategi adalah cara atau teknik yang dilakukan sebuah perusahaan untuk mendapatkan keunggulan bersaing dengan mempelajari dan memahami lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan) dan lingkungan eksternal (peluang dan ancaman) sehingga perusahaan bisa tetap bertahan (*survive*).

a. Tipe-Tipe Strategi

Menurut David (2012:251) tipe strategi yang dapat dilakukan oleh perusahaan yang dikelompokkan dalam empat bagian, yaitu:

1) Strategi Integrasi

Strategi ini memungkinkan sebuah perusahaan untuk mendapatkan kontrol atas distributor, pemasok, atau pesaing. Strategi integrasi terbagi atas tiga bagian, yaitu :

- a. Integrasi kedepan, yaitu memperoleh kepemilikan atau meningkatkan kendali pada distributor atau pengecer. Strategi ini dipilih jika distributor organisasi sangat mahal, mutu distributor terbatas, organisasi bersaing dalam industri sedang bertumbuh, organisasi mempunyai modal dan keunggulan produk stabil sangat tinggi, distributor memperoleh laba yang besar.
- b. Integrasi kebelakang, yaitu merujuk pada strategi mencari kepemilikan dari atau kendali besar pada perusahaan pemasok. Strategi ini terutama tepat bila perusahaan pemasok saat ini tidak dapat diandalkan, terlalu mahal atau tidak dapat memenuhi kebutuhan perusahaan.
- c. Integrasi horizontal, yaitu merujuk pada strategi mencari kepemilikan dari atau kendali besar atas perusahaan pesaing. Hal ini dilakukan jika organisasi dapat memperoleh karakteristik monopolistik dalam bidang atau wilayah tertentu, organisasi bersaing dalam industri yang sedang tumbuh, meningkatnya skala ekonomis memberikan keunggulan bersaing yang besar, organisasi mempunyai modal dan sumber daya manusia yang

berbakat yang diperlukan untuk perluasan perusahaan, pesaing ragu-ragu karena tidak memiliki kemampuan manajerial.

2) Strategi Intensif

Strategi ini disebut sebagai strategi intensif karena mensyaratkan berbagai upaya yang intensif untuk meningkatkan posisi kompetitif perusahaan dengan produk yang ada. Kelompok strategi ini meliputi tiga strategi, yaitu:

- a. Penetrasi pasar, yaitu berusaha meningkatkan pangsa pasar untuk produk atau jasa yang sudah ada di pasar lewat usaha pemasaran yang lebih gencar. Strategi ini banyak digunakan sendiri atau dengan kombinasi strategi lain.
- b. Pengembangan pasar, yaitu memperkenalkan produk atau jasa yang sudah ada ke wilayah geografi baru.
- c. Pengembangan produk, yaitu mencari kenaikan penjualan dengan memperbaiki produk atau jasa yang sudah ada atau mengembangkan produk atau jasa yang baru.

3) Strategi Diversifikasi

Ada tiga tipe umum dari strategi diversifikasi, yaitu konsentrik (terfokus), horizontal, dan konglomerat.

- a. Diversifikasi konsentrik, yaitu menambah produk atau jasa baru tetapi berkaitan. Hal ini dilakukan jika penambahan produk baru tetapi berkaitan secara signifikan akan memperkuat penjualan produk yang sudah ada.
- b. Diversifikasi konglomerat, yaitu menambah produk atau jasa baru tetapi tidak berkaitan. Strategi ini tepat untuk dilakukan jika penjualan dan laba menurun.

- c. Diversifikasi horizontal, menambah produk atau jasa baru tetapi tidak berkaitan dengan pelanggan yang sudah ada. Strategi ini digunakan untuk meningkatkan pendapatan.

4) Strategi Defensif

Strategi defensif adalah strategi yang bertujuan untuk bertahan. Adapun jenis dari strategi ini adalah sebagai berikut:

- a. *Retrenchment* (Penciutan), yaitu mengubah pengelompokkan lewat penghematan biaya dan aset untuk membalik penjualan dan laba yang menurun.
- b. Divestasi, yaitu menjual suatu divisi atau bagian dari suatu organisasi. Strategi ini dilakukan apabila organisasi telah melakukan strategi penciutan dan gagal menghasilkan perbaikan yang diperlukan.
- c. Likuidasi, yaitu menjual semua aset sebuah perusahaan. Strategi ini dilakukan apabila organisasi telah melakukan strategi penciutan dan divestasi, dan tidak ada yang berhasil.

b. Tingkatan Strategi

Menurut Wheelen and Hunger (2012:67) tipikal bisnis perusahaan biasanya mempertimbangkan tiga (3) tingkatan strategi yaitu sebagai berikut:

1) Strategi korporat

Merupakan manajemen puncak yang terdiri dari dewan komisaris, eksekutif puncak dan dewan direksi harus merumuskan strategi korporat sebagai keputusan rencana jangka panjang. Keputusan eksekutif tingkat korporat bertanggung jawab atas pencapaian kinerja keuangan dan non keuangan seperti menciptakan nilai perusahaan dan memenuhi tanggung jawab sosial

sebagai refleksi pandangan pemegang saham dan masyarakat luas pada perusahaan multi bisnis, harus ditentukan jenis bisnis yang akan dimasuki, arah dan maksud didirikannya perusahaan.

2) Strategi bisnis

Biasanya strategi bisnis terjadi pada unit bisnis atau level produk, dan menekankan peningkatan posisi yang kompetitif dari produk atau jasa perusahaan di industri yang spesifik atau segmen pasar yang telah dilakukan unit bisnis. Strategi bisnis dikatakan sehat dengan dua kategori yaitu strategi yang kompetitif dan kooperatif.

3) Strategi fungsional

Strategi level fungsional merupakan strategi dalam kerangka fungsi-fungsi manajemen (terdiri atas riset dan pengembangan, keuangan, produksi dan operasi, pemasaran, serta sumber daya manusia) yang dapat mendukung strategi korporasi dan strategi bisnis. Strategi fungsional umumnya lebih terperinci dan memiliki jangka waktu yang lebih pendek daripada strategi korporasi. Tujuan pengembangan strategi fungsional adalah untuk mengkomunikasikan tujuan jangka pendek, menentukan tindakan-tindakan yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan jangka pendek, dan untuk menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pencapaian tujuan tersebut. Strategi fungsional perlu dikoordinasikan satu sama lain untuk menghindari terjadinya konflik kepentingan dalam organisasi.

2. Wirausaha

Menurut Robbin dan Coulter (2010:56) wirausaha atau wirausahaan proses mencari peluang dan menciptakan sesuatu yang baru dan inovatif secara terencana

dan terorganisir. Usaha yang diciptakan memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan orang banyak.

Banyak orang mungkin melakukan kewirausahaan atas berbagai alasan. Banyak wirausahawan ingin meluncurkan bisnis baru dengan tujuan kemandirian, bebas dari bekerja untuk orang lain serta jaminan financial yang cukup. Wirausahawan demikian ingin mencapai masa depan financial yang aman dan terjamin bagi mereka dan keluarga tetapi tidak berkeinginan untuk mengembangkan bisnis mereka lebih jauh lagi. Akan tetapi wirausahawan melahirkan bisnis baru dengan tujuan pertumbuhan dan ekspansi, yaitu mengubah lahan bisnis mereka menjadi bisnis besar. Tujuan seorang wirausahawan mungkin tidak begitu jelas pada tahap perkembangan awal bisnis. Misalnya seorang wirausahawan mungkin melahirkan bisnis baru dengan harapan kecil bahwa bisnisnya ini akan mencapai potensi pertumbuhan yang besar akan tetapi ternyata berkembang sangat pesat.

a. Jenis-Jenis wirausaha

Beberapa ahli mengemukakan profil wirausahaan dengan pengelompokan yang berbeda-beda. Ada yang mengelompokkan berdasarkan pada pemilikan, perkembangan, dan kegiatan usaha yang dilakukannya. Roopke mengelompokkan wirausahaan berdasarkan pada perannya menjadi tiga kelompok sebagai berikut :

- 1) Wirausahawan rutin, yaitu wirausahawan yang dalam melakukan kegiatannya sehari-harinya cenderung berfokus pada pemecahan masalah dan perbaikan standar prestasi tradisional. Fungsi wirausaha rutin adalah mengadakan perbaikan terhadap standar tradisional, bukan penyusunan dan pengalokasian sumber-sumber. Wirausahawan ini berusaha untuk

menghasilkan barang, pasar, dan teknologi, misalnya seorang pegawai atau manajer. Wirausahawan di bayar dalam bentuk gaji.

- 2) Wirausahawan arbitrase, yaitu wirausahawan yang selalu mencari peluang melalui kegiatan penemuan (pengetahuan) dan pemanfaatan (pembukaan). Misalnya jika tidak terjadi ekuilibrium dalam penawaran dan permintaan pasar, ia akan membeli dengan murah menjualnya dengan mahal. Kegiatan kewirausahaan arbitrase tidak perlu melibatkan pembuatan barang dan penyerapan dana pribadi wirausahawan. Kegiatannya melibatkan spekulasi dalam memanfaatkan perbedaan harga jual dan beli.
- 3) Wirausahawan inovatif, yaitu wirausahawan dinamis yang menghasilkan ide dan kreasi baru yang berbeda. Ia merupakan promotor, tidak saja dalam memperkenalkan teknik dan produk baru, tetapi juga dalam pasar dan sumber pengadaan, peningkatan teknik manajemen, dan metode distribusi baru. Ia mengadakan proses dinamis pada produk, hasil, sumber pengadaan dan organisasi yang baru

b. Fungsi Wirausahawan

Ada dua fungsi dan peran wirausahawan dalam perekonomian, yaitu secara makro dan secara mikro.

1) Fungsi Makro

Secara makro, wirausahawan berperan dalam ekonomi nasional sebagai penggerak, pengendali, dan pemacu perekonomian suatu bangsa. Para wirausahawan berfungsi menciptakan investasi baru, pembentuk modal baru, menghasilkan lapangan kerja baru, menciptakan produktivitas, meningkatkan ekspor, mendorong pertumbuhan ekonomi, mengurangi

kesenjangan social dan meningkatkan kesejahteraan. Wirausahawan berani mengambil resiko, memimpin dan mendorong pertumbuhan ekonomi, tanpa dorongan, energy dan dedikasi para wirausahawan, pembentukan (formasi) investasi pada perusahaan-perusahaan baru tidak akan pernah terjadi.

2) Fungsi Mikro

Secara mikro, fungsi wirausahawan dalam perusahaan adalah menanggung resiko dan ketidakpastian, mengombinasikan sumber-sumber kedalam cara yang baru dan berbeda, menciptakan nilai tambah, menciptakan usaha-usaha baru dan pencipta peluangpeluang baru.

3. Strategi Pengembangan Wirausaha .

Penyusunan suatu strategi bersaing, perusahaan harus didukung oleh keunggulan bersaing yang dimiliki oleh perusahaan itu sendiri. Keunggulan bersaing merupakan keunggulan yang dimiliki oleh produk dan pasar dari suatu perusahaan yang dapat mempertinggi potensi keunggulan terjadi, jika terdapat perbedaan seperti: faktor upah, tenaga kerja, teknologi, produk.

Menurut Kasmir (2010:240), strategi pengembangan usaha dapat dikelompokan sebagai berikut:

a) Strategi pengembangan pasar

Strategi pengembangan pasar merupakan strategi yang memasarkan produk atau jasa saat ini kepada konsumen di segmen pasar yang baru maupun wilayah area geografis pasar yang baru

b) Strategi pengembangan produk

Perusahaan berusaha bertahan, memperkuat posisi, dan memperluas pangsa pasar yang lebih besar dengan menggunakan tambahan pilihan produk atau jasa baru.

c) Strategi inovasi

Strategi inovasi merupakan strategi untuk meraih margin premium berkaitan dengan penciptaan dan penerimaan pelanggan atau produk atau jasa baru.

Melihat dari pernyataan diatas, maka dapat dipahami bahwa pada dasarnya untuk melakukan pengambilan keputusan dalam pengembangan perlu adanya strategi. Oleh karena itu, strategi pengembangan yang tepat yaitu dengan adanya analisis SWOT yang merupakan akronim dari *strength*, yang berarti kekuatan, *Weaknes* yang berarti kelemahan yang dimiliki perusahaan, *opportunities* yang berarti peluang dan *theart* yang berarti ancaman lingkungan yang dihadapinya. Analisis SWOT merupakan penilaian terhadap hasil identifikasi situasi strategi perusahaan, untuk menentukan apakah suatu kondisi dikategorikan sebagai kekuatan, kelemahan, peluang, atau ancaman.

4. Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2009:18), analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*), dan peluang (*Opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*).

Tujuan dari penerapan SWOT pada suatu perusahaan adalah untuk memeberikan suatu panduan agar perusahaan menjadi lebih fokus, sehingga

dengan penempatan analisis SWOT tersebut nantinya dapat dijadikan sebagai bandingan pikir dari berbagai sudut pandang, baik dari segi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang mungkin bisa terjadi dimasa-masa yang akan datang. Untuk memiliki suatu model analisis SWOT yang baik maka perlu adanya dukungan data yang bersifat kualitatif dan kuantitatif. Kualitatif bersifat teori-teori dan kuantitatif yaitu dengan menempatkan angka-angka sebagai ukuran pembobotan nilai dilakukan agar tingkat keakuratan dapat diperoleh secara lebih baik.

Menurut David (2012:47), yang dimaksud faktor-faktor analisis SWOT adalah sebagai berikut

a) Kekuatan (*Strengths*)

Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan yang diharapkan dapat dilayani. Kekuatan adalah kompetisi khusus yang memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan di pasar.

b) Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan. Keterbatasan tersebut dapat berupa fasilitas, sumber daya keuangan, kemampuan manajemen, dan keterampilan pemasaran dapat merupakan sumber dari kelemahan perusahaan.

c) Peluang (*Opportunities*)

Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Kecenderungan–kecenderungan penting merupakan salah satu sumber peluang, seperti perubahan teknologi dan meningkatnya hubungan antara perusahaan dengan pembeli atau pemasok merupakan gambaran peluang bagi perusahaan. Yang dimaksud dengan berbagai situasi tersebut antara lain:

1. Kecenderungan penting yang terjadi dikalangan pengguna produk
2. Identifikasi suatu segmen pasar yang belum mendapat perhatian
3. Perubahan dalam kondisi persaingan
4. Perubahan dalam peraturan perundang-undangan yang membuka berbagai kesempatan baru dalam kegiatan usaha
5. Hubungan dengan para pembeli yang akrab
6. Hubungan dengan pemasok harmonis

d) Ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan pengganggu utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Adanya peraturan-peraturan pemerintah yang baru atau yang direvisi dapat merupakan ancaman bagi kesuksesan perusahaan. Berbagai contohnya, antara lain adalah:

1. Masuknya pesaing baru di pasar yang sudah dilayani oleh satuan bisnis
2. Pertumbuhan yang lambat
3. Meningkatnya posisi tawar pembeli produk yang dihasilkan

4. Menguatnya posisi tawar pemasok bahan mentah atau bahan baku yang diperlukan untuk proses lebih lanjut menjadi produk tertentu.
5. Perkembangan dan perubahan teknologi yang belum dikuasai
6. Perubahan dalam peraturan perundang-undangan yang sifatnya restriktif

Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan perkembangan misi, tujuan, strategis dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, perencanaan strategis harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini. Setiap organisasi yang melakukan analisis SWOT, awalnya harus mendefinisikannya kemudian mengidentifikasikannya peluang dan ancaman. Langkah ini diikuti dengan menentukan faktor-faktor keberhasilan usaha itu dan melakukan orientasi ke depan serta menilai kemampuan dan tingkat persaingan. Analisa SWOT bertujuan untuk menentukan aktivitas perusahaan dalam mengeksploitasikan peluang yang ada, serta mengurangi atau menghilangkan ancaman yang membahayakan kelangsungan hidup perusahaan.

Matriks SWOT merupakan Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis adalah matriks *SWOT*. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis.

Tabl 2.1 Matriks SWOT

IFAS	<i>STRENGTH (S)</i>	<i>WEAKNESS(W)</i>
EFAS		
<i>OPPORTUNITIES (O)</i>	STRATEGI SO	STRATEGI WO
<i>THREATS (T)</i>	STRATEGI ST	STRATEGI WT

Sumber: Rangkuti (2009:31)

IFAS : Internal Strategic Factors Analysis Summary
EFAS : External Strategic Factors Analysis Summary

a. Strategi SO

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

b. Strategi ST

Strategi ini menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.

c. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

d. Strategi WT

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

1. Matriks *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS)

Matriks IFAS digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor internal perusahaan. Yang berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan. Adapun tahap-tahap analisisnya adalah sebagai berikut:

- a) Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1.
- b) Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0(paling penting) sampai 0,0 tidak penting, berdasarkan pengaruh faktor-

faktor tersebut terhadap posisi strategi perusahaan. (Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00).

- c) Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik). Sedangkan variabel yang bersifat negatif, kebalikannya. Contohnya, jika kelemahan perusahaan besar sekali, maka nilainya adalah 1, sedangkan jika kelemahan dibawah rata-rata, nilainya adalah 4.
- d) Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).
- e) Jumlahkan seluruh hasil perkalian dari bobot dan rating, dan letakkan pada sub total. Setelah mendapatkan sub total pada kekuatan dan kelemahan, maka selanjutnya dicari selisih diantara keduanya untuk kemudian angka tersebut diaplikasikan pada kuadran analisis SWOT.

Tabel 2.2 Matriks Internal Factor Analysis Summary (IFAS)

Faktor-faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Kekuatan (<i>Strength</i>)			
Sub Total			
Kelemahan (<i>Weakness</i>)			
Sub Total			
Total	1.0		
Selisih Skor Kekuatan dengan Skor Kelemahan			

Sumber : Rangkuti (2009:25)

2. Matriks *Eksternal Factor Analysis Summary* (EFAS)

Matriks EFAS digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor eksternal perusahaan. Berkaitan dengan peluang dan ancaman. Adapun tahap-tahap analisisnya adalah sebagai berikut:

- a) Tentukan faktor-faktor yang menjadi peluang serta ancaman perusahaan dalam kolom 1.
- b) Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 tidak penting, berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategi perusahaan (Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00).
- c) Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori peluang) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik). Sedangkan variabel yang bersifat negatif, kebalikannya. Contohnya, jika ancaman perusahaan besar sekali, maka nilainya adalah 1, sedangkan jika ancaman dibawah rata-rata, nilainya adalah 4.
- d) Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (*outstanding*) sampai dengan 1,0 (*poor*).
- e) Jumlahkan seluruh hasil perkalian dari bobot dan rating, dan letakkan pada sub total. Setelah mendapatkan sub total pada peluang dan ancaman, maka

selanjutnya dicari selisih diantara keduanya untuk kemudian angka tersebut diaplikasikan pada kuadran analisis SWOT.

Tabel 2.3 Matriks *External Factor Analysis Summary* (EFAS)

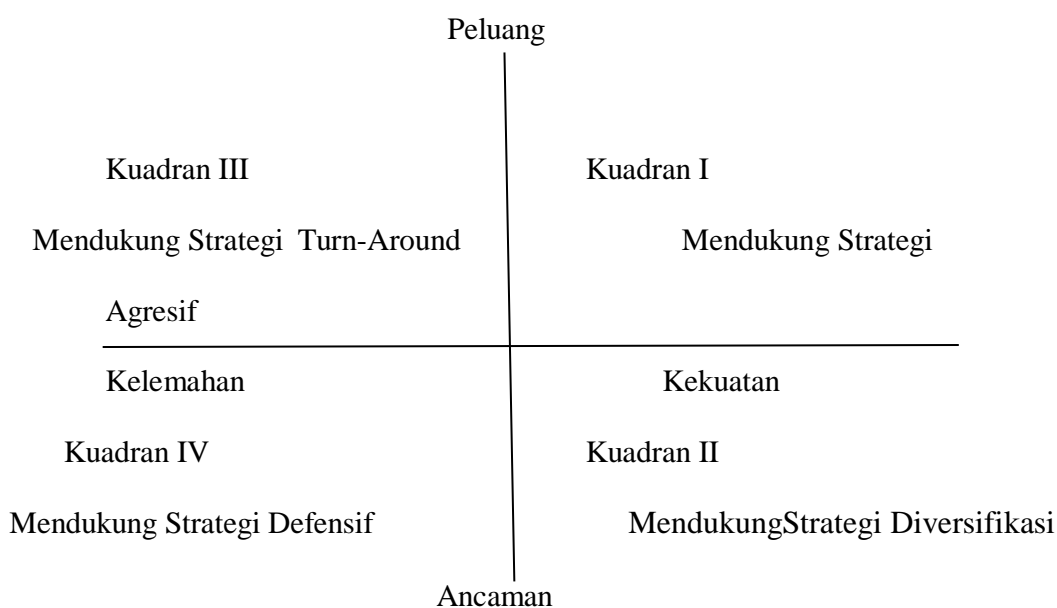
Faktor-faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Peluang (<i>Opportunity</i>)			
Sub Total			
Ancaman (<i>Threat</i>)			
Sub Total			
Total	1.0		
Selisih Skor Peluang dengan Skor Ancaman			

Sumber : Rangkuti (2009:24)

3. Diagram *Cartesius* Analisis SWOT

Setelah mendapatkan selisih skor dari kekuatan dengan kelemahan, dan peluang dengan ancaman, selanjutnya hasil dari selisih skor tersebut diaplikasikan ke Diagram *Cartesius* Analisis SWOT, agar diketahui berdasarkan skor tersebut, perusahaan/organisasi lebih cocok pada kuadran berapa. Diagram *Cartesius* Analisis SWOT dapat dilihat sebagai berikut.

Gambar 2.1 Diagram *Cartesius* Analisis SWOT



Sumber : Rangkuti (2009:19)

Dari Gambar 2.1 Diagram *Cartesius* Analisis SWOT, dapat diterangkan hal sebagai berikut :

Kuadran I: Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*). Kuadran II: Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran III: Perusahaan menghadapi peluang pasar yang besar, tetapi di lain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran 3 ini mirip dengan *Question Mark* pada BCG matrik. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik. Kuadran IV: Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

5. Analisis Lingkungan Eksternal dan Lingkungan Internal

a. Faktor-Faktor Lingkungan Eksternal

Faktor-faktor lingkungan eksternal perusahaan terdiri atas lingkungan eksternal makro dan lingkungan eksternal mikro. Lingkungan eksternal makro terdiri atas:

1) Demografi

Demografi adalah telaah mengenai populasi manusia dalam arti jumlah, kepadatan, lokasi, umur, jenis kelamin, dan pekerjaan. Berbagai gejala yang terjadi pada aspek demografi dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk dijadikan dasar dalam membuat strategi dan program pemasarannya

2) Ekonomi

Lingkungan ekonomi terdiri dari faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan dan daya beli masyarakat.

3) Teknologi

Perkembangan teknologi memberi dampak terhadap pola konsumsi pasar yang berimplikasi terhadap sistem pemasaran perusahaan. Perusahaan harus memahami lingkungan teknologi yang berubah, sehingga perusahaan dapat menambahkan penyesuaian-penyesuaian yang perlu bagi produk maupun teknologi produksinya.

4) Politik

Lingkungan politik turut mempengaruhi keputusan pemasaran perusahaan. Lingkungan ini terdiri dari Undang-Undang, lembaga pemerintahan, dan golongan yang berpengaruh atau kelompok pembela kepentingan publik.

5) Sosial Budaya

Sosial budaya merupakan kekuatan yang mempengaruhi nilai-nilai dasar masyarakat, persepsi, dan perilaku masyarakat. Oleh karena itu, sosial budaya memberi pengaruh yang sangat kuat kepada perusahaan.

Adapun lingkungan eksternal mikro :

1) Ancaman Pendatang Baru (*Threat of Entry*)

Pendatang baru dalam suatu industri biasanya membawa dan menambah kapasitas baru, keinginan mendapatkan pangsa pasar (*market share*), dan juga sumberdaya baru.

2) Kekuatan Pemasok (*Powerful of Suppliers*)

Pemasok menyediakan dan menawarkan input yang diperlukan untuk memproduksi barang atau menyediakan jasa oleh industri atau perusahaan Organisasi di dalam satu industri bersaing antar satu dengan lainnya untuk mendapatkan input seperti tenaga kerja, bahan baku, dan modal.

3) Kekuatan Pembeli/ Pelanggan (*Power of Buyers*)

Pembeli atau pelanggan disini terdiri dari pelanggan individual dan pelanggan organisasi. Dalam industri tertentu mungkin terdapat beberapa perantara pelanggan antar industri atau perusahaan yang menjual secara langsung kepada konsumen akhir.

4) Ancaman Produk Pengganti

Produk pengganti dapat memberikan pilihan bagi pelanggan/pembeli dan akan mengurangi keuntungan perusahaan

5) Analisis Pesaing

Analisis pesaing memungkinkan suatu organisasi menilai apakah organisasi tersebut dapat bersaing dengan sukses di dalam suatu pasar yang memberikan peluang-peluang keuntungan

b. Faktor- Faktor Lingkungan Internal

Analisis lingkungan internal pada perusahaan dipengaruhi oleh beberapa kekuatan yang terdapat di perusahaan tersebut. David (2011) menyatakan bahwa kekuatan yang ada dalam lingkungan internal perusahaan terdiri dari manajemen,

pemasaran, keuangan, produksi dan penelitian dan pengembangan. Berikut penjelasan dari kekuatan internal yang terdapat dalam perusahaan, yaitu:

1. Manajemen

Terdapat lima kegiatan utama dalam fungsi manajemen (*functions of management*), yaitu perencanaan, pengorganisasian, pemotivasian, penempatan staf, dan pengontrolan.

2. Pemasaran

Pemasaran merupakan proses pendefinisian, pengantisipasi, penciptaan, serta pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen akan produk dan jasa. Cakupan kegiatan pemasaran ditentukan oleh konsep pemasaran yang disebut bauran pemasaran.

Menurut Lupiyoadi (2010) elemen *marketing mix* terdiri dari tujuh hal, yaitu:

- a) *Product*, merupakan keseluruhan konsep objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai kepada konsumen. Yang perlu diperhatikan dalam produk adalah konsumen tidak hanya membeli fisik dari produk itu saja tetapi membeli *benefit* dan *value* dari produk tersebut yang disebut "*the Offer*." Terutama pada produk jasa yang kita kenal tidak menimbulkan beralihnya kepemilikan dari penyedia jasa kepada konsumen.
- b) *Pricing*, strategi penentuan harga sangat signifikan dalam pemberian nilai kepada konsumen dan mempengaruhi citra produk, serta keputusan konsumen untuk membeli. Penentuan harga juga berhubungan dengan pendapatan dan turut mempengaruhi penawaran atau saluran pemasaran.

Akan tetapi hal terpenting adalah keputusan dalam penentuan harga harus konsisten dengan strategi pemasaran secara keseluruhan. Tujuan penetapan harga harus mengalir dari, dan sesuai dengan tujuan pemasaran dan tingkat perusahaan. Tujuan penetapan harga harus dinyatakan secara eksplisit karena tujuan tersebut berpengaruh langsung terhadap kebijakan penentuan harga, begitu pula dengan metode yang digunakan untuk menentukan harga

c) *Place*, merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian jasa kepada konsumen dan dimana lokasi yang strategis. Lokasi berarti berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi. Dalam hal ini ada tiga jenis interaksi yang mempengaruhi lokasi, yaitu :

1. Konsumen mendatangi pemberi jasa (perusahaan) : apabila keadaannya seperti ini maka lokasi menjadi sangat penting. Perusahaan sebaiknya memilih tempat yang dekat dengan konsumen sehingga mudah dijangkau, dengan kata lain harus strategis.
2. Pemberi jasa mendatangi konsumen : dalam hal ini lokasi tidak terlalu penting, tetapi yang harus diperhatikan adalah penyampaian jasa harus tetap berkualitas.
3. Pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu secara langsung : berarti penyedia jasa dan konsumen berinteraksi melalui sarana tertentu, seperti telepon, komputer, atau surat. Dalam hal ini lokasi menjadi

sangat tidak penting selama komunikasi antara kedua belah pihak dapat terlaksana.

d) *Promotion*, hal yang perlu diperhatikan dalam pemilihan promosi adalah pemilihan bauran promosi (*promotion mix*) yang terdiri atas :

1. Iklan (*advertising*)
2. Penjualan perorangan (*personel selling*)
3. Promosi penjualan (*sales promotion*)
4. Hubungan masyarakat (*public relation*)
5. Informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*)
6. Surat pemberitahuan langsung (*direct mail*)

Pemasar dapat memilih sarana yang dianggap sesuai untuk mempromosikan jasa mereka. Ada beberapa faktor yang harus diperhatikan dalam promosi, yaitu :

1. Identifikasi terlebih dahulu audiens targetnya, hal ini berhubungan dengan segmentasi pasar.
 2. Tentukan tujuan promosi, apakah untuk menginformasikan, mempengaruhi, atau untuk mengingatkan.
 3. Pengembangan pesan yang disampaikan, hal ini berhubungan dengan isi pesan, struktur pesan, gaya pesan, dan sumber pesan.
 4. Pemilihan bauran komunikasi, apakah itu *personal communication* atau *non-personal communication*.
- e) *People*, dalam hubungannya dengan pemasaran jasa, maka *people* yang berfungsi sebagai penyedia jasa sangat mempengaruhi kualitas jasa yang diberikan. Keputusan dalam ‘orang’ ini berarti berhubungan dengan

seleksi, pelatihan, motivasi, dan manajemen sumber daya manusia. Pentingnya 'orang' dalam pemasaran jasa berkaitan erat dengan pemasaran internal. Pemasaran internal adalah interaksi atau hubungan antara setiap karyawan dan departemen dalam suatu perusahaan yang dalam hal ini dapat diposisikan sebagai konsumen internal dan pemasok internal. Tujuan dari adanya hubungan tersebut adalah untuk mendorong 'orang' dalam kinerja memberikan kepuasan kepada konsumen.

f) *Process*, merupakan gabungan semua aktivitas, umumnya terdiri dari prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, aktivitas dan hal-hal rutin, dimana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen. Proses dapat dibedakan dalam dua cara, yaitu : Kompleksitas, berhubungan dengan langkah-langkah dan tahap dalam proses. Keragaman, berhubungan dengan adanya perubahan dalam langkah-langkah atau tahapan proses.

g) Bukti Fisik (*Physical Evidence*), merupakan unsur *tangible* dari jasa yang dapat dilihat dalam berbagai bentuk, misalnya brosur paket liburan yang atraktif dan memuat foto lokasi liburan dan tempat menginap, penampilan staf yang rapi dan sopan, seragam pilot dan pramugari yang mencerminkan kompetensi mereka, dekorasi internal dan eksternal bangunan yang atraktif, ruang tunggu yang nyaman, dan lain-lain.

3. Keuangan

Perumusan strategi yang efektif dapat ditentukan berdasarkan kekuatan dan kelemahan keuangan suatu organisasi Faktor keuangan berperan besar dalam mempengaruhi strategi yang ada dan menggeser rencana penerapan.

4. Produksi

Fungsi produksi/operasi sebuah perusahaan mencakup semua aktivitas yang mengubah input menjadi barang atau jasa. Manajemen produksi/operasi menangani input, transformasi, dan output yang beragam dari satu industri dan pasar ke industri dan pasar yang lain.

5. Penelitian dan Pengembangan

Kekuatan internal perusahaan lainnya yang harus diperhatikan, yaitu penelitian dan pengembangan - litbang (*research and development*). Manajemen fungsi litbang yang efektif membutuhkan kemitraan yang strategis dan operasional antara fungsi litbang dengan fungsi-fungsi bisnis penting lainnya. Misi litbang secara keseluruhan menjadi luas, termasuk mendukung bisnis yang sudah ada membantu peluncuran bisnis baru, mengembangkan produk baru, memperbaiki kualitas produk, meningkatkan efisiensi produksi, serta memperdalam atau memperluas kapabilitas teknologis perusahaan.

Fungsi produksi/operasi suatu perusahaan terdiri dari semua aktivitas yang merubah masukan (*input*) menjadi barang atau jasa. Manajemen produksi/operasi memperlakukan masukan (*input*), mentransformasi, dan keluaran (*output*) sangat beragam diantara industri-industri dan pasar. Operasi perusahaan manufaktur merubah masukan seperti bahan mentah, tenaga kerja, modal, mesin, dan fasilitas lainnya menjadi barang jadi dan jasa. (Jatmiko, 2010:68).

6. Sistem Informasi Manajemen

Dalam sebuah perusahaan sangat diperlukan sistem informasi manajemen yang baik yang dapat menghubungkan semua fungsi bisnis yang ada, sehingga dapat dijadikan sebagai landasan dalam membuat keputusan manajerial. Sistem

informasi manajemen bertujuan untuk meningkatkan kinerja sebuah bisnis dengan cara meningkatkan kualitas keputusan manajerial. Dalam penerapannya sistem informasi manajemen berperan untuk mengumpulkan data mengenai pemasaran, keuangan, produksi, dan hal-hal yang terkait dengan personalia secara internal, juga faktor-faktor eksternal seperti keadaan sosial, budaya, demografis, lingkungan, ekonomi, politik, pemerintahan, hukum, dan teknologi.

B. Penelitian Terdahulu

Novianto (2017) melakukan penelitian tentang “Analisis Strategi Pengembangan Bisnis (Studi Pada Industri Kerajinan Gerabah Desa Negara Ratu Kecamatan Natar)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari hasil analisis dengan menggunakan diagram SWOT didapatkan posisi industri kerajinan gerabah Desa Negara Ratu Kecamatan Natar berada pada sel I yang berarti pada posisi agresif, dan strategi yang tepat pada posisi ini adalah strategi pertumbuhan (*Growth Oriented Strategy*). Maka, alternatif strategi yang sesuai untuk pengembangan bisnis/usaha industri kerajinan gerabah Desa Negara Ratu Kecamatan Natar dengan menggunakan matrik SWOT adalah strategi S-O (*Strength–Oppourtunities*) yaitu dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki industri untuk meraih peluang yang ada, dengan cara melakukan pengembangan produk, pengembangan pasar (Memperluas Wilayah Pemasaran) dan Peningkatan Kualitas SDM (Pelatihan SDM agar tetap terampil dibidang gerabah).

Pujiyati (2018) melakukan penelitian tentang “Analisis Strategi Pengembangan Wirausaha Pemuda dalam Mewujudkan Wirausahawan Mandiri dan Implikasinya terhadap Ketahanan Ekonomi Keluarga (Studi Pada Anggota BMT Al-Hasanah cabang Jati Agung Lampung Selatan)” Hasil penelitian

menunjukkan bahwa strategi pengembangan wirausaha pemuda di BMT Al-Hasanah cabang Jati Agung belum dikatakan mandiri. Karena para wirausaha masih takut dalam mengambil resiko. Dalam menjalankan Strategi pemasaran yang dilakukan para wirausaha belum maksimal dan kurangnya kemampuan manajemen menjadi hambatan dalam mewujudkan wirausahawan mandiri.

Sinaga (2016) melakukan penelitian tentang “Strategi Pengembangan Usaha Pupuk (Studi Pada Usaha Pupuk di Kecamatan Tigalingga Kabupaten Dairi). Hasil penelitian menunjukkan usaha pupuk di Kecamatan Tigalingga berada pada kuadran I dalam diagram Cartesius, dimana kekuatan lebih besar dari kelemahan, dan peluang lebih besar dari ancaman. Oleh sebab itu usaha pupuk di Kecamatan Tigalingga perlu menerapkan melalui strategi intensif, yaitu penetrasi pasar dan pengembangan pasar. Alternatif strategi pengembangan juga dapat diterapkan melalui hasil pada Tabel 4.5 Matriks SWOT usaha pupuk di Kecamatan Tigalingga, adalah strategi S-O, diantaranya (1) melakukan penetrasi pasar (2) Menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Alternatif strategi tersebut didesain untuk pengembangan usaha dan kelancaran dalam pendistribusian, sehingga dapat menaikkan volume keuntungan serta dapat bertahan dalam persaingan yang ketat

Siregar, Salman dan Wati (2014) “*Strategi Pengembangan Usaha Tahu Rumah Tangga*” mendapatkan hasil penelitian yaitu: Strategi yang dipilih dalam pengembangan usaha tahu rumah tangga ini melalui analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) yaitu meningkatkan kualitas tahu yang lebih baik lagi, membuat iklan yang berhubungan dengan tahu, di jalan-jalan atau tempat-tempat strategis di kecamatan simpang kiri kota madya subulussalam,

mempertahankan kualitas tahu, dan pengalaman di bidang olahan tahu yang sudah berjalan cukup lama, meningkatkan pengetahuan SDM untuk bisa menguasai pengetahuan teknologi, dengan penerapan strategi agresif artinya usaha tahu berada dalam situasi yang sangat menguntungkan atau memiliki peluang dan kekuatan, strategi yang harus diterapkan adalah memanfaatkan peluang untuk meraih keuntungan.

Baroto dan Purbohadiningrat (2014) "*Analisis Strategi Pengembangan Bisnis PPOB KIPPO Menggunakan Analisis SWOT dan QSPM*" mendapatkan hasil penelitian yaitu: PPOB KIPO Malang akan menggunakan strategi W-O berdasarkan posisi perusahaan dalam kuadran SWOT yang berada pada kuadran II. Prioritas strategi yang harus dijalankan oleh PPOB KIPO Malang adalah menambahkan *feature-feature* produk pelayanan jasa.

Khuzaimy dan Hidayat (2015) "*Analisis Strategi Bisnis Pada UD Cengkeh Madagaskar di Sidoarjo*" mendapatkan hasil penelitian yaitu: UD. Cengkeh Madagaskar ada pada kuadran I mendukung kebijakan pertumbuhan agresif atau *Growth Oriented Strategy*, yaitu pertumbuhan yang agresif perlu dengan cara melaksanakan promosi dalam penjualan serta menambah jumlah produk. 2. Kelemahan yang dimiliki UD. Cengkeh Madagaskar belum menjadi hambatan bagi perusahaan untuk terus dapat mengembangkan usahanya dan bersaing dengan perusahaan yang sejenisnya.

Berdasarkan uraian di maka review penelitian dapat di lihat pada tabel 2.2 sebagai berikut :

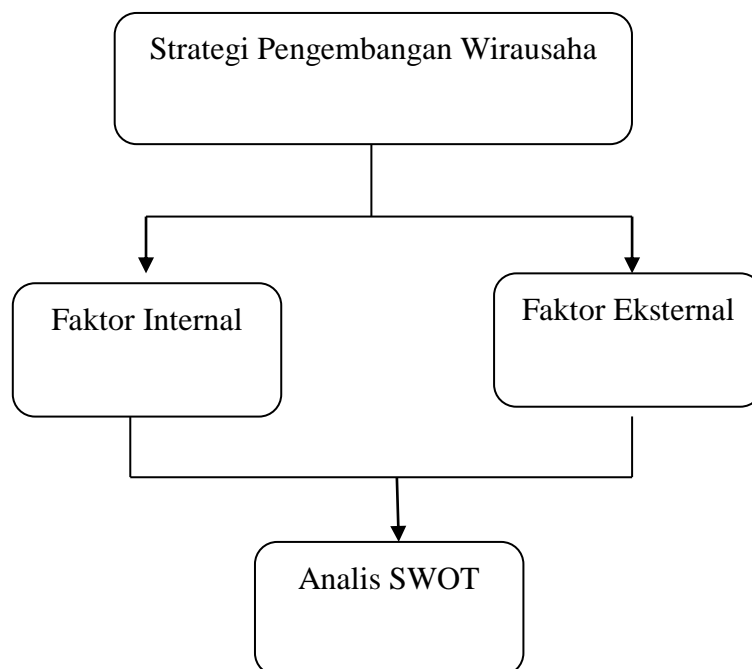
Tabel 2.2. Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
Pujiyati (2018)	Analisis Strategi Pengembangan Wirausaha Pemuda Mewujudkan Wirausahawan Mandiri dan Implikasinya terhadap Ketahanan Ekonomi Keluarga (Studi Pada Anggota BMT Al-Hasanah cabang Jati Agung Lampung Selatan)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan wirausaha pemuda di BMT Al-Hasanah cabang Jati Agung belumdikatakan mandiri. Karena para wirausaha masih takut dalam mengambil resiko. Dalam menjalankan Strategi pemasaran yang dilakukan para wirausaha belum maksimal dan kurangnya kemampuan manajemen menjadi hambatan dalam mewujudkan wirausahawan mandiri. Implikasi strategi pengembangan wirausaha pemuda dalam mewujudkan wirausahawan mandiri terhadap ketahanan ekonomi keluarga dikatakan sudah cukup dan tahan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Kendala dalam mewujudkan wirausahawan mandiri berimplikasi terhadap ketahanan ekonomi keluarga para wirausaha pemuda di BMT Al-Hasana
Novianto (2017)	Analisis Strategi Pengembangan Bisnis (Studi Pada Industri Kerajinan Gerabah Desa Negara Ratu Kecamatan Natar)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari hasil analisis dengan menggunakan diagram SWOT didapatkan posisi industri kerajinan gerabah Desa Negara Ratu Kecamatan Natar berada pada sel I yang berarti pada posisi agresif, dan strategi yang tepat pada posisi ini adalah strategi pertumbuhan (<i>Growth Oriented Strategy</i>). Maka, alternatif strategi yang sesuai untuk pengembangan bisnis/usaha industri kerajinan gerabah Desa Negara Ratu Kecamatan Natar dengan menggunakan matrik SWOT adalah strategi S-O (<i>Strength-Opportunities</i>) yaitu dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki industri untuk meraih peluang yang ada, dengan cara melakukan pengembangan produk, pengembangan pasar (Memperluas Wilayah Pemasaran) dan Peningkatan Kualitas SDM (Pelatihan SDM agar tetap terampil dibidang gerabah).
Sinaga (2016)	Strategi Pengembangan Usaha Pupuk (Studi Pada Usaha Pupuk di Kecamatan Tigalingga Kabupaten Dairi).	Hasil penelitian menunjukkan usaha pupuk di Kecamatan Tigalingga berada pada kuadran I dalam diagram Cartesius, dimana kekuatan lebih besar dari kelemahan, dan peluang lebih besar dari ancaman. Oleh sebab itu usaha pupuk di Kecamatan Tigalingga perlu menerapkan melalui strategi intensif, yaitu penetrasi pasar dan pengembangan pasar. Alternatif strategi

			<p>pengembangan juga dapat diterapkan melalui hasil pada Tabel 4.5 Matriks SWOT usaha pupuk di Kecamatan Tigalingga, adalah strategi S-O, diantaranya (1) melakukan penetrasi pasar (2) Menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Alternatif strategi tersebut didesain untuk pengembangan usaha dan kelancaran dalam pendistribusian, sehingga dapat menaikkan volume keuntungan serta dapat bertahan dalam persaingan yang ketat</p>
Siregar, Salman dan Wati (2014)	<i>Strategi Usaha Tangga</i>	<i>Pengembangan Tahu Rumah</i>	<p>Strategi yang dipilih dalam pengembangan usaha tahu rumah tangga ini melalui analisis SWOT (<i>Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats</i>) yaitu meningkatkan kualitas tahu yang lebih baik lagi, membuat iklan yang berhubungan dengan tahu, di jalan-jalan atau tempat-tempat strategis di kecamatan simpang kiri kota madya subulussalam, mempertahankan kualitas tahu, dan pengalaman di bidang olahan tahu yang sudah berjalan cukup lama, meningkatkan pengetahuan SDM untuk bisa menguasai pengetahuan teknologi, dengan penerapan strategi agresif artinya usaha tahu berada dalam situasi yang sangat menguntungkan atau memiliki peluang dan kekuatan, strategi yang harus diterapkan adalah memanfaatkan peluang untuk meraih keuntungan.</p>
Baroto dan Purbohadining rat (2014)	<i>Analisis Pengembangan PPOB Menggunakan SWOT dan QSPM</i>	<i>Strategi Bisnis KIPPO Analisis</i>	<p>hasil penelitian yaitu: PPOB KIPO Malang akan menggunakan strategi W-O berdasarkan posisi perusahaan dalam kuadran SWOT yang berada pada kuadran II. Prioritas strategi yang harus dijalankan oleh PPOB KIPO Malang adalah menambahkan <i>feature-feature</i> produk pelayanan jasa.</p>
Khuzaimy dan Hidayat (2015)	<i>“Analisis Strategi Bisnis Pada UD Cengkeh Madagaskar di Sidoarjo”</i>		<p>hasil penelitian yaitu: UD. Cengkeh Madagaskar ada pada kuadran I mendukung kebijakan pertumbuhan agrasif atau <i>Growth Oriented Strategy</i>, yaitu pertumbuhan yang agresif perlu dengan cara melaksanakan promosi dalam penjualan serta menambah jumlah produk. 2. Kelemahan yang dimiliki UD. Cengkeh Madagaskar belum menjadi hambatan bagi perusahaan untuk terus dapat mengembangkan usahanya dan bersaing dengan perusahaan yang sejenisnya.</p>

C. Kerangka Berfikir

Definisi kerangka berfikir , menurut Uma dalam Sugiyono (2011 : 60) mengemukakan bahwa “ Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai hal yang penting, jadi dengan demikian maka kerangka berfikir adalah sebuah pemahaman yang melandasi pemahaman pemahaman yang lainnya, sebuah pemahaman yang paling mendasar dan menjadi pondasi bagi setiap pemikiran atau suatu bentuk proses dari keseluruhan dari penelitian yang akan dilakukan”



Gambar 2.1 Kerangka Berfikir

Menjalankan suatu usaha tentu saja tidak terlepas dari adanya permasalahan ataupun kendala. Permasalahan atau kendala tersebut dapat berasal dari dalam maupun luar dari usaha yang dijalankan. Maka dengan pendekatan analisis SWOT diharapkan dapat mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan

ancaman yang ada pada PT Toba Hijau Sinergi. Kemudian dengan mengetahui keadaan internal dan eksternalnya diharapkan dapat menciptakan suatu formulasi atau alternatif strategi yang tepat yaitu dengan menuangkan faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman) tersebut kedalam matriks SWOT. Matriks ini dapat menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi yaitu strategi SO, strategi ST, strategi WO, dan strategi WT.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode pendekatan penelitian yang digunakan adalah metode Deskriptif Kualitatif, yaitu jenis penelitian yang menguraikan sifat-sifat dan keadaan yang sebenarnya dari objek penelitian (Sugiono, 2012). Di dalam penelitian ini terdapat upaya mendeskripsikan, mencatat dan menginterpretasikan kondisi-kondisi yang sekarang terjadi. Dengan kata lain penelitian ini bertujuan memperoleh informasi mengenai keadaan saat ini dan melihat kaitan antara variabel-variabel yang ada. Penelitian ini menganalisis Strategi Pengembangan Wirausaha dalam Memanfaatkan Tandan Kosong Kelapa Sawit Menjadi Energi Biomassa EFB Palm Pellet oleh PT Toba Hijau Sinergi .

B. Lokasi dan Jadwal Penelitian

Penelitian dilakukan pada PT Toba Hijau Sinergi . Jadwal penelitian dapat dilihat pada tabel 3.1 dibawah ini.

Tabel 3.1. Jadwal Penelitian dan Proses Skripsi

No	Kegiatan	2019																				
		Feb				April				Mei				Agustus				Oktober				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Pengajuan Judul	■																				
2	Pembuatan Proposal		■	■	■	■																
3	Seminar Proposal						■															
4	Riset							■														
5	Penyusunan Data								■	■	■											
6	Analisis Data										■	■	■	■								
7	Bimbingan Skripsi													■	■	■	■					
8	Sidang Meja Hijau																■	■	■	■	■	■

Sumber : Diolah Penulis, 2019

C. Informasi Penelitian

Penelitian kualitatif tidak dimaksudkan untuk membuat generalisasi tetapi lebih menekankan pada tingkat makna sehingga tidak dikenal populasi dan sampel (Bagong suyanto,2005:171).Sehingga subjek penelitian yang telah tercermin dalam fokus penelitian ditentukan secara sengaja. Subjek penelitian inilah yang akan menjadi informan yang akan memberikan berbagai informasi yang diperlukan selama proses penelitian. Informan penelitian adalah orang-orang yang memberikan informasi yang diperlukan selama proses penelitian.

Informan penelitian ini meliputi informan kunci dan informan biasa. Informan kunci adalah mereka yang mengetahui dan memiliki berbagai informasi pokok yang diperlukan dalam penelitian atau informan yang mengetahui secara mendalam permasalahan yang diteliti. Sedangkan informan biasa adalah informan yang ditentukan dengan dasar pertimbangan mengetahui dan berhubungan dengan permasalahan.

Dalam menentukan informan penelitian ini, peneliti menggunakan dua teknik yaitu dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2012:53), yang dimaksud dengan *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Berdasarkan penjelasan di atas maka yang menjadi Informan kunci adalah mereka yang memiliki berbagai informasi pokok yang diperlukan dalam penelitian, dimana dalam penelitian ini yang dimaksudkan adalah karyawan bagian pemasaran PT Toba Hijau Sinergi.

D. Definisi Operasional Variabel

Untuk memberikan gambaran yang jelas dan memudahkan pelaksanaan penelitian ini, maka perlu diberikan definisi variabel operasional yang akan diteliti

Starategi Pengembangan Wirausaha Penyusunan suatu strategi bersaing, perusahaan harus didukung oleh keunggulan bersaing yang dimiliki oleh perusahaan itu sendiri. Keunggulan bersaing merupakan keunggulan yang dimiliki oleh produk dan pasar dari suatu perusahaan yang dapat mempertinggi potensi keunggulan terjadi, jika terdapat perbedaan. strategi pengembangan wirausaha dapat di ukur dengan menggunakan analisis SWOT

Tabel 3.2 Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Strategi Pengembangan Wirausaha	Penyusunan suatu strategi bersaing, perusahaan harus didukung oleh keunggulan bersaing yang dimiliki oleh perusahaan itu sendiri. Keunggulan bersaing merupakan keunggulan yang dimiliki oleh produk dan pasar dari suatu perusahaan yang dapat mempertinggi potensi keunggulan terjadi, jika terdapat perbedaan	Analisi SWOT - <i>Strength</i> , - <i>Weaknes</i> , - <i>Opportunities</i> - <i>Theart</i>

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan teknik atau cara yang dilakukan untuk mengumpulkan data. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini berupa :

1) Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui tatap muka dan tanya jawab langsung antara peneliti terhadap narasumber.

Yang menjadi narasumber dalam penelitian ini pegawai PT Toba Hijau Sinergi.

2) Observasi

Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang tidak hanya mengukur sikap dari responden namun juga digunakan untuk merekam fenomena yang terjadi (situasi dan kondisi). Teknik ini gunanya

untuk mempelajari perilaku manusia dalam proses kerja.

3) Studi Dokumentasi (Kepustakaan)

Studi dokumentasi merupakan pengumpulan data yang dapat melalui kepustakaan untuk mendukung data sekunder sebagai landasan teoritis.

F. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiono (2012) “ Teknik data adalah suatu proses mencari dan menyusun secara sistematis yang diperoleh dari wawancara dan sumber dari lapangan terkait fokus permasalahan”. Analisis data dilakukan melalui empat tahap yaitu data reduksi, penyajian data, pengujian hasil daftar pertanyaan dan penarikan kesimpulan.

1. Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan , pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Proses ini berlangsung terus menerus selama ini penelitian berlangsung. Reduksi data merupakan bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasikan data secara demikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat diambil.
2. Penyajian data adalah kegiatan ketika kesimpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya muncul penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk penyajian data kualitatif bisa berupa teks naratif hasil catatan lapangan, matrik, dan grafik atau bagan. Bentuk-bentuk ini menggabungkan informasi yang tersusun dalam bentuk yang padu dan mudah diraih, sehingga memudahkan untuk melihat apa yang sedang terjadi apakah kesimpulan sudah tepat atau sebaliknya

melakukan analisis kembali.

3. Pengujian penelitian ini menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah suatu cara menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal menjadi langkah-langkah strategi dalam pengoptimalan usaha yang lebih menguntungkan. Dalam analisis faktor-faktor internal dan eksternal akan ditentukan aspek-aspek yang menjadi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weakness*), kesempatan (*Opportunities*), dan yang menjadi ancaman (*Threatment*) sebuah organisasi. Dengan begitu akan dapat ditentukan berbagai kemungkinan alternatif strategi yang dapat dijalankan.
4. Penarikan kesimpulan dilakukan peneliti secara terus menerus selama berada di lapangan. Dari permulaan pengumpulan data, peneliti kualitatif mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan pola-pola, penjelasan-penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin alur sebab akibat, dan proporsi, kesimpulan-kesimpulan ini ditangani secara longgar, tetap terbuka tetapi kesimpulan sudah disediakan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Perusahaan

PT. Toba Hijau Sinergi (THS) adalah sebuah perusahaan Engineering Procurement Construction and Installation (EPCI) Company yang mengkhususkan diri dalam desain dan manufaktur alat-alat proses, terutama peralatan proses yang digunakan untuk pengelolaan lingkungan. Perusahaan sendiri tepatnya didirikan pada Tanggal 05 Desember 2016, berbadan Hukum Perseroan Terbatas Nomor Akte 01 Notaris Syamsurizul Akbar Bispo, SH , dan Akte Pengesahan kementerian Hukum dan HAM Nomor AHU-005162.AH.01.01 Februari Tahun 2017, akte perubahan tertanggal 02 Agustus 2017 Nomor 06, Notaris Syamsurizul Akbar Bispo , SH dan Akte Pengesahan Kementerian Hukum dan HAM Nomor AHU-0016469.AH.01.02 Agustus Tahun 2017. Yang mana Perusahaan ini diprakarsai dan didirikan oleh 4 Orang yang juga berada pada jajaran direksi untuk langsung ikut andil dalam pelaksanaan jalannya perusahaan.

PT. Toba Hijau Sinergi beralamat di Jalan Gatot Subroto , Komplek Makro Bisnis Center No. 27 C Lt.03 Medan , Dimana Perusahaan hingga saat ini telah mempekerjakan sekitar 30 Orang karyawan untuk menjalankan Kegiatannya, dibeberapa Divisi Sebagai administrasi perkantoran, pergudangan, serta pelaksanaan Operasioal produksi dan pengiriman.

Sebagai perusahaan rekayasa teknik yang berbasis teknik lingkungan hidup, kami berkomitmen untuk terus melakukan “Continuous Improvement” atau perbaikan

berkelanjutan dalam memperbaiki lingkungan hidup untuk mewujudkan Green Industri yang diamanahkan oleh

- a) Undang – Undang NO 32 tahun 2009 Tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup
- b) Program Penilaian Kinerja Perusahaan di Bidang Pengelolaan Lingkungan Hidup (PROPER) /Program Kementerian Lingkungan Hidup
- c) *Resource Efficient Clean Product* (RECP) /Program Kementrian Perindustrian

Melalui riset dan pengalaman kami selama ini, riset dan pengembangan (R & D) produk menjadi salah satu kekuatan kami dalam menyediakan solusi dalam permasalahan lingkungan hidup yang menjadi tantangan yang semakin besar di era industri dan globalisasi saat ini.

Perusahaan kami menaruh perhatian besar terhadap kondisi lingkungan, sehingga produk-produk yang dihasilkan diupayakan agar ramah terhadap lingkungan dan dapat memenuhi regulasi pemerintah dan dunia internasional tentang lingkungan. Melalui dukungan dari para engineer dan professional staff, prioritas utama dari PT. Toba Hijau Sinergi adalah untuk memberikan yang terbaik bagi customer's benefit dan menghasilkan solusi bagi permasalahan–permasalahan yang dihadapi customer Pabrik Kelapa Sawit dan Karet antara lain :

- 1) Pengolahan Limbah cair/padat
- 2) Penanggulangan Pencemaran Udara
- 3) Pengolahan Limbah B3

Visi

Berfikir secara Global dan bertindak mengikuti kearifan Lokal. PT. Toba Hijau Sinergi memiliki Visi untuk menjadi perusahaan kelas dunia yang professional dan handal di bidang Teknik Lingkungan dan Energi Terbarukan dengan pertumbuhan yang berkesinambungan dan mampu menciptakan lapangan kerja yang seluas-luasnya di seluruh area wilayah tempat perusahaan kami beroperasi.

Misi

Menyediakan produk dan layanan terbaik kepada pelanggan dengan menyediakan energi terbarukan yang bersih dan ramah lingkungan dan memberikan solusi rekayasa teknik bagi lingkungan hidup, industri serta komunitas masyarakat di sekitar kami.

2. Aktivitas Usaha PT. Toba Hijau Sinergi

Pohon kelapa sawit ditanam secara ekstensif di daerah tropis Asia, Afrika, Negara-negara Arab dan Amerika Selatan, Indonesia, Malaysia dan Nigeria adalah tiga negara teratas yang menanam pohon-pohon palem. Serat kelapa sawit, tandan buah kosong (TBS), inti sawit dan kelapa sawit adalah produk sampingan utama ekstraksi minyak sawit. Produk sampingan ini adalah bahan biomassa yang ideal untuk membuat pelet bahan bakar biomassa, pelet EFB yang sudah jadi efisien dengan nilai kalor tinggi dan bersih saat dibakar. Sekarang, pelet EFB memiliki aplikasi yang luas seperti pembangkit listrik, boiler, rak BBQ rumahan, atau pemusatan ketel uap, pemanas ruangan., Dll. Oleh karena itu, pelletizing EFB menjadi pelet biofuel dapat menghemat banyak energi dan membantu Anda menghasilkan keuntungan. .

Melalui riset dan pengalaman kami selama ini, riset dan pengembangan (R & D) produk menjadi salah satu kekuatan kami dalam menyediakan solusi dalam permasalahan lingkungan hidup yang menjadi tantangan yang semakin besar di era industri dan globalisasi saat ini. Pabrik kelapa sawit (PKS) selain berfungsi untuk mengolah tandan buah segar (TBS) kelapa sawit menjadi minyak kelapa sawit kasar (*crude palm oil*, CPO) ternyata juga menghasilkan limbah biomassa dalam jumlah yang besar. Secara umum pada pengolahan 1 ton TBS akan menghasilkan limbah sebanyak 0.23 ton tandan kosong kelapa sawit (TKKS), 0.13 ton serabut (*mesocarp fibre*), 0.06 ton cangkang (*palm shell*), dan 0.65 ton limbah cair pabrik kelapa sawit (LCPKS).

Saat ini kebanyakan TKKS yang dihasilkan oleh PKS hanya digunakan sebagai mulsa (kompos) di lahan perkebunan kelapa sawit yang walaupun bermanfaat terhadap tanaman kelapa sawit tetapi sebenarnya TKKS adalah biomassa yang dapat dimanfaatkan menjadi pelet/briket.

Selanjutnya pelet/briket TKKS ini dapat digunakan sebagai bahan bakar alternatif yang ramah lingkungan dan terbarukan.

Proses Pembuatan Pelet/briket TKKS

- a) Konversi TKKS menjadi pelet/briket TKKS dilakukan melalui serangkaian proses yang meliputi:
 - b) *Empty Bunch Crusher*
 - c) *Thresher*
 - d) *Empty Bunch press*
 - e) *Shredded Empty Bunch*
 - f) *Cutter*

- g) *Dryer*
- h) *Bricket Machine*
- i) *Bricket Bunker*

Tahapan Pembuatan Pelet dari TKKS , Secara skematik tahapan pembuatan pelet dari TKKS sebagai bahan baku dipasok dari PKS dengan menggunakan conveyor. TKKS terlebih dahulu diolah dengan cara dihancurkan (*crushing*), dicacah (*shredding*), dibanting (*thressing*) dan ditekan (*pressing*) untuk mengurangi kadar air, dan untuk mendapatkan *oil recovery*.

TKKS yang telah tercacah dan dikurangi kadar airnya tersebut kemudian dikirim dengan dengan conveyor menuju unit pengering (*drying*), pemotong (*cutting*) dan seterusnya ke mesin briket/pellet (*bricketing*)

Keuntungan Pellet yang dihasilkan oleh PT. Toba Hijau Sinergi (THS) adalah sebagai berikut ini:

- a) Kadar air yang rendah. Kelembaban pelet EFB sekitar 7-9% sedangkan kelembabannya 50-60% untuk EFB or palm tree asli. Ini berarti menghemat biaya transportasi karena penurunan berat air.
- b) Volume lebih kecil. Karena kompresi, volume pelet 1MT EFB jauh lebih kecil dari 1 MT EFB atau pohon palem, jadi lebih mudah untuk mentransfer pelet dan menghemat uang selama transportasi.
- c) Nilai kalor lebih tinggi. Karena kepadatan bulk pelet EFB lebih tinggi dan kelembaban lebih rendah dari EFB atau pohon palem, maka nilai pemanasan pelet EFB jauh lebih tinggi, akibatnya pelet EFB yang dihasilkan dari pabrik pelet kami memiliki nilai kalor 4000-5000Kcal.

d) Penggunaan luas dan permintaan besar untuk pelet EFB. Pelet EFB adalah biofuel yang baik untuk boiler, pembangkit listrik, dan pemanas rumah, juga karena itu adalah energi bersih, selama pembakaran ada kuantitas abu dan asap yang sangat kecil, hampir tidak ada polusi pada lingkungan, sehingga pelet EFB memiliki permintaan besar dari Negara-negara Eropa, Amerika Utara, Jepang, Korea Selatan.

Berikut ini produk yang dihasilkan oleh . PT. Toba Hijau Sinergi

1. EFB



2. Palm Fiber



3. EFB /Palm Fiber Pellets



Cara memproduksi pelet EFB:

a) Untuk menangani ukuran EFB

Memproses ukuran tandan kosong kelapa sawit (EFB), pohon palem, biji sawit dan residu dari ekstraksi minyak sawit menjadi ukuran 3-5mm, karena 3-5mm adalah ukuran terbaik untuk membuat pelet EFB. Dalam proses ini shredder EFB dan hammer mill diperlukan, karena ukuran tandan kosong kelapa sawit besar, biasanya kita menggunakan shredder EFB untuk memotong-motong terlebih dahulu mengubah EFB menjadi serat atau mengubah pohon palem menjadi serpihan kayu, kemudian menggunakan hammer mill untuk mengubah serat dan chip ini menjadi ukuran 3-5mm. Penghancur EFB diperbarui dari drum chipper kayu, yang dapat memotong kayu menjadi serpihan kayu serta memotong-motong EFB menjadi serat.

b) Untuk mengurangi kelembapan EFB

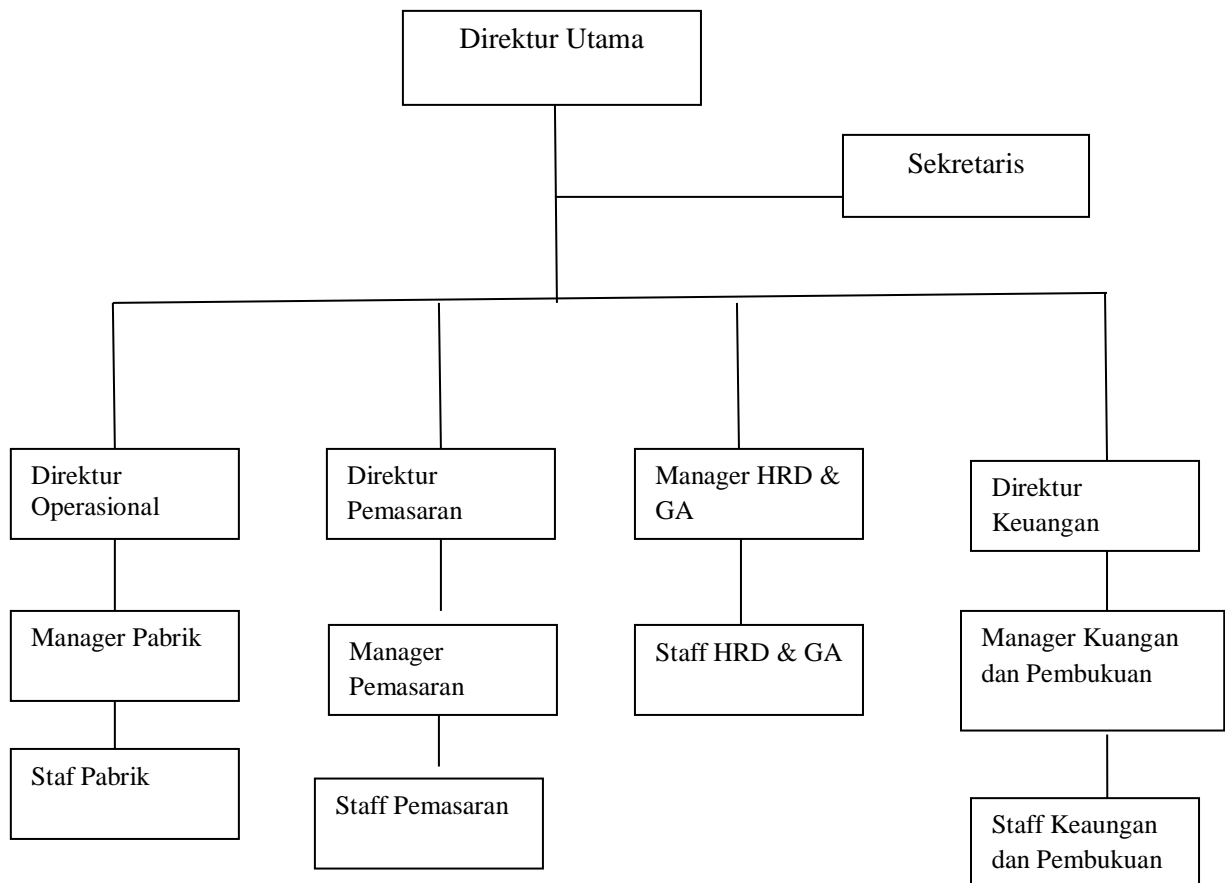
Minyak sawit memiliki kelembapan yang tinggi mengandung seperti 40-60%, maka gunakan bahan ini untuk membuat pelet pengering yang efektif diperlukan, biasanya pengering drum rotari adalah solusi terbaik untuk mengeringkan kelembapan

bahan EFB hingga 12-15%, karena kadar air 12-15% adalah kelembaban terbaik untuk membuat pelet EFB.

c) Untuk membuat pelet EFB

Kami memiliki dua jenis pabrik pelet untuk membuat pelet EFB, pabrik pelet cincin mati horisontal dan pabrik pelet cincin mati vertikal, keduanya efisien untuk membuat pelet berkualitas baik dari bahan EFB

Struktur organisasi



Sumber : <http://tobahijausinergi.id>

Gambar 4.1 Struktur Organisasi

3. Faktor Eksternal

Lingkungan eksternal bertujuan untuk mengetahui peluang dan ancaman pada perusahaan. Peluang (*opportunity*) merupakan tren positif yang berada pada lingkungan eksternal perusahaan yang dapat memberikan keuntungan apabila dimanfaatkan dengan baik. Sedangkan ancaman (*threat*) merupakan tren negatif yang berada pada lingkungan eksternal perusahaan yang dapat menimbulkan kerugian diantisipasi apabila tidak dengan baik. Analisis lingkungan eksternal dapat diperoleh melalui data primer (data yang diperoleh dari perusahaan, baik itu melalui dokumentasi perusahaan maupun hasil wawancara kepada pihak perusahaan) dan data sekunder (studi kepustakaan yang dilakukan oleh penulis).

a) Ekonomi

Faktor ekonomi dapat mempengaruhi secara langsung maupun tidak langsung terhadap suatu usaha sehingga faktor ini akan menentukan strategi yang paling menarik pada kondisi ekonomi tertentu dari berbagai strategi yang tersedia.

Contohnya, ketika suku bunga meningkat, dana yang dibutuhkan untuk ekspansi modal menjadi lebih mahal atau tidak tersedia. Atau pun saat tingkat inflasi tinggi akan memberikan efek peningkatan harga bahan baku yang mempengaruhi proses produksi perusahaan. Sehingga perusahaan harus memperhatikan kondisi ekonomi dalam menentukan suatu strategi yang akan dilakukan. Pertumbuhan ekonomi sangat mempengaruhi usaha PT. Toba Hijau Sinergi (THS). Pada saat pertumbuhan ekonomi negara konsumen kelapa sawit melemah, daya beli terhadap produk kelapa sawit akan menurun. Hal ini akan menyebabkan tingkat permintaan produk kelapa sawit menurun dan diikuti dengan turunnya harga produk kelapa sawit. Penurunan harga produk kelapa

sawit ini akan menyulitkan perusahaan karena jika terjadi dalam jumlah yang besar dan waktu yang cukup lama, perusahaan tidak dapat menutupi biaya biaya yang dikeluarkan sehingga akan mengalami kerugian.

b) Teknologi

Penggunaan teknologi menjadi sebuah keharusan saat ini karena perusahaan yang memanfaatkan teknologi akan lebih berpeluang untuk menghasilkan kinerja yang lebih baik. Teknologi yang canggih dalam hal ini mesin yang digunakan dalam produksi pellet cukup baik sehingga dapat menghasilkan produk dengan kualitas tinggi. Berikut tabel produksi mesin.

Tabel 4.1
Neraca Massa dan Energi Pembuatan Briket/Pelet TKKS

No	Komponen	Nilai	Satuan
1	Tandan Kosong Kelapa Sawit (TKKS)	138.000	kg/hari
2	Pelet TKKS (40% dari TKKS)	55.200	kg/hari
3	Nilai Kalor Pelet TKKS(*)	17.660	kJ/kg
4	Potensi Kalor Pelet TKKS	974.832.000	kJ/hari

Sumber : <http://tobahijausinergi.id>

c) Ancaman Pendetang Baru

Usaha dalam pemanfaatan tandan kosong sawit menjadi pellet terbilang masih baru di indonesia, kesadaran perusahaan terhadap pengelolaan limbah sehingga memanfaatkan tanda kosong sawit untuk dijadikan poduk berguna dan dapat dijadikan sebagai pendapatan. Banyaknya perusahaan kelapa sawit di indonesia tidak tertutup kemungkinan akan memanfaatkan tandan kosong sawit untuk di jadikan baha bakar dan secara tidak langsung akan menjadi pesaing potensial di waktu yang akan datang. Tingginya harga bahan bakar menjadi salah satu faktor utama peruhaan nantinya akan

mengolah tandan kosong sawit menjadi pellet sebagai bahan bakar ramah lingkungan dan sekaligus untuk mengurangi limbah yang dapat merusak lingkungan.

d) Adanya produk substitusi

Produk substitusi dapat menjadi ancaman bagi perusahaan karena dengan adanya produk substitusi dapat menjadi alternatif bagi konsumen untuk mendapatkan produk berbeda dengan fungsi dasar yang sama. Pada umumnya produk substitusi akan menggantikan sebuah produk jika produk substitusi tersebut memiliki harga lebih murah dengan fungsi yang lebih baik di mata konsumen. Produk substitusi adalah batubara dan lain-lain. Mudahnya konsumen untuk mendapatkan barang substitusi membuat pellet semakin sulit untuk bersaing.

e) Kekuatan tawar menawar penjual

Bahan baku produksi yang digunakan oleh PT. Toba Hijau Sinergi (THS) berasal dari PKS Tunas Harapan Sawit. Pengadaan bahan baku tersebut didapatkan melalui pemasok dari berbagai perusahaan dengan sistem tender agar didapatkan banyak pilihan barang dan harga. Jika telah mencapai kesepakatan, akan dilanjutkan dengan pembuatan kontrak sehingga tertulis kesepakatan secara resmi. Untuk saat ini PT. Toba Hijau Sinergi (THS) langsung menempatkan mesin-mesin produksi langsung di wilayah PKS Tunas Harapan Sawit sebagai penyedia bahan baku. Hal ini juga untuk menekan biaya pengangkutan. Dan proses produksi langsung dilakukan pada wilayah pihak penyedia bahan baku.

4. Faktor Internal

a. Pemasaran

PT. Toba Hijau Sinergi memiliki bagian komersil dalam proses memasarkan produk pellet yang dihasilkan oleh perusahaan dari tandan kosong. Target pasar PT. Toba Hijau Sinergi (THS) adalah ekspor ke china, korea dan jepang.

b. Keuangan

Sumber modal PT. Toba Hijau Sinergi adalah sepenuhnya berasal dari pemilik perusahaan. Semua biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan baik modal berdirinya perusahaan sampai dengan biaya operasional di biayai oleh modal dari pemilik, sehingga hal ini dapat dimanfaatkan secara maksimal tanpa memikirkan bunga pinjaman dari pihak ketiga atau bank.

5. Identifikasi Kekuatan dan Kelemahan Pada PT. Toba Hijau Sinergi

Lingkungan internal perusahaan meliputi faktor kekuatan dan kelemahan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada setiap perusahaan penulis menyimpulkan beberapa faktor-faktor kekuatan dan kelemahan pada usaha PT. Toba Hijau Sinergi Berikut adalah hasil identifikasi lingkungan internal.

a. Kekuatan

Faktor-faktor yang menjadi kekuatan pada PT. Toba Hijau Sinergi berdasarkan identifikasi pada lingkungan internal tiap perusahaan adalah sebagai berikut :

1. Lokasi Kantor Pemasaran

Lokasi kantor pemasaran pada PT. Toba Hijau Sinergi diartikan cukup strategis karena berada di daerah perkotaan, tepatnya di Kota Medan, yang dapat dijangkau dengan mudah oleh konsumen. Hal ini juga mempermudah perusahaan dalam

mempertahankan dan mengembangkan usahanya sesuai produk yang dibutuhkan. Selain itu perusahaan juga mempromosikan produknya lewat website resmi www.tobahijausinergi.id sehingga dapat diakses oleh siapa saja dan dimana saja termasuk calon customer dari seluruh dunia.

2. Produk Ramah Lingkungan

Produk yang dipasarkan oleh perusahaan yaitu pellet yang dapat digunakan sebagai pengganti bahan bakar yang ramah lingkungan dan harganya juga cukup terjangkau sehingga alternatif terbaik untuk menggantikan batubara, dan sekaligus dalam mengurangi limbah kelapa sawit. Saat ini pemerintah sudah mengeluarkan peraturan Undang – Undang NO 32 tahun 2009 Tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup. Setiap perusahaan wajib mengolah limbahnya sehingga tidak mengganggu ekosistem disekitarnya.

3. Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber daya manusia pada PT. Toba Hijau Sinergi merupakan salah satu penentu kesuksesan perusahaan. SDM yang bekerja pada di setiap departemen merupakan karyawan yang terampil, loyal, dan berpengalaman terutama dibidang produksi yang dapat mengoperasikan mesin dengan baik dan juga berkompeten dalam menghasilkan produk dengan kualitas tinggi serta mampu menstabilkan jalannya usaha sesuai tujuan yaitu mencari keuntungan atau laba.

4. Kondisi keuangan perusahaan baik

Kondisi keuangan yang baik pada perusahaan ditunjukkan dengan arus kas keuangan yang masih memenuhi indikator keuangan perusahaan yang stabil dan hingga saat ini keuangan perusahaan masih dapat beroperasi tanpa menggunakan pinjaman dari

pihak ketiga seperti bank. Namun jika suatu saat perusahaan memerlukan dana yang cukup besar, pihak ketiga seperti bank masih mempercayai PT. Toba Hijau Sinergi untuk melakukan sebuah pinjaman.

b. Kelemahan

Faktor-faktor yang menjadi kelemahan semua usaha PT. Toba Hijau Sinergi berdasarkan identifikasi pada lingkungan internal perusahaan adalah sebagai berikut :

1. Kurangnya informasi tentang produk

Setiap perusahaan mengaku masih memiliki kendala dalam kepemilikan produk, seperti halnya produk yang dihasilkan seperti pellet masih banyak masyarakat yang belum tau manfaat dan keuntungannya terutama bagi *home indutry* yang masih belum paham, sehingga perusahaan sedikit kesulitan dalam memasarkan produknya didalam negeri. Pellet bisa dikatakan alternatif sebagai bahan bakar yang baru di indonesia ini, wajar saja masih banyak yang belum mengenalnya. Sedikit perusahaan dalam pengolahan limbah sawit menjadi pellet adalah salah satu faktor kurangnya informasi dikalangan masyarakat serta calon pelanggan.

2. Bahan baku masih ada yang berasal dari luar perusahaan

PT. Toba Hijau Sinergi adalah salah satu perusahaan pengolahan tandan kosong sawit menjadi pellet. Perusahaan ini tidak mempunyai lahan atau penghasil CPO sehingga memperoleh bahan baku (tandan kosong sawit) berasal dari pihak luar yaitu PKS Tunas Harapan Sawit, proses produksi sangat di pengaruhi oleh ketersediaan bahan baku.

3. Saluran Distribusi

Pendistribusian pellet yang dilakukan oleh perusahaan masih dirasa kurang, karena permintaan beberapa pelanggan membutuhkan waktu yang lama untuk sampai ke tempat tujuan. Pabrik untuk proses produk pellet berada jauh dari kantor pemasaran yaitu berada di Dolok Masihol Serdang Bedagai sehingga membutuhkan waktu yang lama untuk menuju tempat pelanggan.

4. Jaringan pemasaran belum terlalu luas

Perusahaan melakukan penjualan hanya keluar negeri saja karena perusahaan dalam negeri masih banyak menggunakan batu bara sebagai bahan bakar. Industri di luar negeri sebagai pelanggan yang cukup potensial karena mereka saat ini menyadari betapa pentingnya bahan bakar yang ramah lingkungan, sedangkan industri dalam negeri masih sangat ketergantungan terhadap bahan bakar seperti batu bara karena lebih mudah didapatkan dibanding pellet. Hingga saat ini perusahaan sendiri dinilai masih kurang dinamis dalam melakukan penjualan karena relatif lebih sering menunggu pembeli, sehingga diharapkan PT. Toba Hijau Sinergi segera dalam membuat jaringan pemasaran sehingga perusahaan dapat memasarkan produknya dengan harga yang terbaik.

6. Identifikasi Peluang dan Ancaman Pada PT. Toba Hijau Sinergi

Lingkungan eksternal perusahaan meliputi faktor peluang dan ancaman. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada setiap perusahaan penulis menyimpulkan beberapa faktor-faktor kekuatan dan kelemahan pada PT. Toba Hijau Sinergi. Berikut adalah hasil identifikasi lingkungan internal.

a. Peluang

Faktor-faktor yang menjadi peluang pada PT. Toba Hijau Sinergi berdasarkan identifikasi pada lingkungan eksternal perusahaan adalah sebagai berikut

1. Memanfaatkan Mahalnya harga bahan bakar

Mahalnya bahan bakar saat ini sangat berdampak secara signifikan terhadap perusahaan terutama industri, dengan keadaan ini peluang besar PT. Toba Hijau Sinergi untuk memasarkan produknya dan mengambil alih serta memanfaatkan peluang ini untuk menggantikan dengan pellet yang ramah lingkungan serta harga juga cukup terjangkau sebagai bahan bakar pengganti batubara. Tinggi harga bahan bakar secara langsung mempengaruhi besarnya biaya produksi dan mengakibatkan tinggi harga jual suatu produk. hadirnya pellet sebagai produk substitusi bahan bakar diharapkan dapat mengurangi biaya produksi, serta pellet sangat ramah lingkungan sehingga jadi pilihan yang tepat untuk perusahaan industri.

2. Ketersediaan sumber pendanaan

Banyaknya sumber pendanaan dari pihak ketiga seperti bank dapat memudahkan perusahaan untuk melakukan kegiatan investasi yang memerlukan dana dengan jumlah yang besar. Sumber pendanaan tersebut juga memiliki tingkat bunga dan peraturan yang berbeda sehingga perusahaan dapat melakukan pilihan pada sumber pendanaan yang paling tepat dengan kebutuhan dan kemampuan perusahaan. Tidak tertutup kemungkinan suatu saat perusahaan akan melakukan investasi di bidang mesin untuk meningkatkan hasil produksinya, pihak bank atau calon investor tidak akan ragu dalam menginvestasikan dananya terhadap perusahaan ini melihat dari kinerja perusahaan.

b. Ancaman

Faktor-faktor eksternal yang menjadi ancaman pada PT. Toba Hijau Sinergi berdasarkan identifikasi pada lingkungan eksternal perusahaan adalah sebagai berikut

1. Keterlambatan Stok Barang

Ketersediaan barang di gudang masih menjadi kendala hal ini dalam proses penyaluran produk, perusahaan masih mengalami adanya keterlambatan stok barang dari pabrik. Keadaan ini menjadi kendala bagi pelanggan untuk mendapatkan pellet. Ini menjadi ancaman yang serius jika produk tidak selalu tersedia di gudang karena bisa saja pelanggan beralih ke barang substitusi lainnya yang lebih mudah didapatkan karena banyaknya perusahaan yang menjualnya.

2. Produk substitusi

Banyak produk substitusi yang ada di pasaran membuat PT. Toba Hijau Sinergi kesulitan dalam memasarkan produknya terlebih lagi pellet merupakan produk baru sebagai pengganti bahan bakar yang masih dan belum banyak dikenal oleh perusahaan dan masyarakat menjadi salah satu kendala. Salah satu tantangan terbesar adalah meyakinkan industri untuk menggunakan pellet sebagai bahan bakar yang harga lebih murah di bandingkan produk substitusi lainnya serta sangat ramah lingkungan.

Produk substitusi yang dimaksud adalah batu bara dan bahan bakar minyak.

Tabel 4.2 Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan) dan Faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman) PT. Toba Hijau Sinergi

FAKTOR INTERNAL	
Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
1. Lokasi Kantor Pemasaran 2. Produk Ramah Lingkungan 3. Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) 4. Kondisi keuangan perusahaan baik	1. Kurangnya informasi tentang produk 2. Bahan baku masih ada yang berasal dari luar perusahaan 3. Saluran Distribusi

	4. Jaringan pemasaran belum terlalu luas
FAKTOR EKSTERNAL	
Peluang (<i>Opportunity</i>)	Ancaman (<i>Threat</i>)
1. Memanfaatkan Mahalnya harga bahan bakar 2. Ketersediaan sumber pendanaan	1. Keterlambatan Stok Barang 2. Produk substitusi

Sumber : Data yang diolah peneliti, 2019

B. Analisis Data

Berdasarkan hasil dari penyajian data di atas, untuk mengolah data tersebut melalui Analisis SWOT, maka dilakukan terlebih dahulu tahap-tahap seperti menyusun tabel *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) dan *External Factor Analysis Summary* (EFAS) dengan memasukkan faktor-faktor yang menjadi *Strength* dan *Weakness*, serta *Opportunity* dan *Threat* selanjutnya memberikan bobot masing-masing faktor dari skala mulai dari 0,0 (tidak penting) sampai dengan 1,00 (sangat penting) dimana semua bobot tersebut jumlahnya tidak lebih dari skor total 1,00. Menghitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 1 (dibawah rata-rata) sampai dengan 4 (sangat baik). Nilai rating *Strength* dan *Weakness* selalu bertolak belakang, begitu juga dengan *Opportunity* dan *Threat*.

i. Matriks *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS)

Matriks IFAS digunakan untuk melakukan evaluasi dari faktor kekuatan dan kelemahan dalam suatu usaha. Cara menghitung bobot dari faktor kekuatan dan kelemahan diperoleh melalui wawancara. Perhitungan bobot dilakukan dengan menggunakan metode *paired comparison* dan penilaian rating diperoleh dengan cara mengukur kekuatan dan kelemahan tersebut termasuk kepada kekuatan atau kelemahan utama. Perkalian bobot dan rating akan menghasilkan skor untuk masing-masing faktor

internal tersebut. Skor yang telah dihasilkan kemudian dijumlahkan sehingga memperoleh skor total dimana skor total tersebut merupakan ukuran dari matriks IFAS.

Berikut ditunjukkan matriks IFAS pada Tabel 4.3 berikut ini:

Tabel 4.3 Matriks Internal Factor Analysis Summary (IFAS)

Faktor-faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Kekuatan (<i>Strength</i>)			
1. Lokasi Kantor Pemasaran	0,18	4	0,72
2. Produk Ramah Lingkungan	0,14	4	0,56
3. Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM)	0,13	4	0,52
4. Kondisi keuangan perusahaan baik	0,10	3	0,3
Sub Total	0,55		2,10
Kelemahan (<i>Weakness</i>)			
1. Kurangnya informasi tentang produk	0,12	4	0,48
2. Bahan baku masih ada yang berasal dari	0,12	2	0,24
3. Saluran Distribusi	0,11	2	0,22
4. Jaringan pemasaran belum terlalu luas	0,10	2	0,20
Sub Total	0,45		1,14
Total	1		
Selisih Skor Kekuatan dengan Skor Kelemahan			0,96

Sumber : Data yang diolah peneliti, 2019

Tabel 4.3 Matriks *Internal Factor Analysis Summary* PT. Toba Hijau Sinergi menunjukkan bahwa kekuatan yang dimiliki setiap perusahaan lebih besar dari pada kelemahannya. Kekuatan memiliki sub total **2,10** dan Kelemahan memiliki sub total **1,14** dimana hasil dari keduanya diselisihkan dan didapat hasil $2,10 - 1,14 = 0,96$ Jumlah faktor yang dianalisa pada kekuatan dibatasi menjadi empat faktor dan kelemahan menjadi empat faktor, dimana faktor-faktor tersebut dianggap sebagai faktor-faktor dominan.

3. Matriks *External Factor Analysis Summary (EFAS)*

Matriks EFAS digunakan untuk melakukan evaluasi dari faktor peluang dan ancaman dalam suatu usaha. Cara menghitung bobot dari faktor peluang dan ancaman

diperoleh melalui wawancara dan pengisian kuisioner. Perhitungan bobot dilakukan dengan menggunakan metode *paired comparison* dan penilaian rating diperoleh dengan cara mengukur peluang dan ancaman tersebut termasuk kepada peluang atau ancaman utama. Perkalian bobot dan rating akan menghasilkan skor untuk masing-masing faktor eksternal tersebut. Skor yang telah dihasilkan kemudian dijumlahkan sehingga memperoleh skor total dimana skor total tersebut merupakan ukuran dari matriks EFE.

Berikut ditunjukkan matriks EFAS pada Tabel 4.4.

Tabel 4.4 Matriks External Factor Analysis Summary (EFAS)

Faktor-faktor Strategis Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
Peluang (<i>Opportunity</i>)			
1. Memanfaatkan Mahalnya harga bahan bakar	0,36	4	1,44
2. Ketersediaan sumber pendanaan	0,27	3	0,81
Sub Total	0,63		2,25
Ancaman (<i>Threat</i>)			
1. Keterlambatan Stok Barang	0,20	3	0,6
2. Produk substitusi	0,17	3	0,51
Sub Total	0,37		1,11
Total	1		
Selisih Skor Peluang dengan Skor Ancaman			1,14

Sumber : Data yang diolah peneliti, 2019

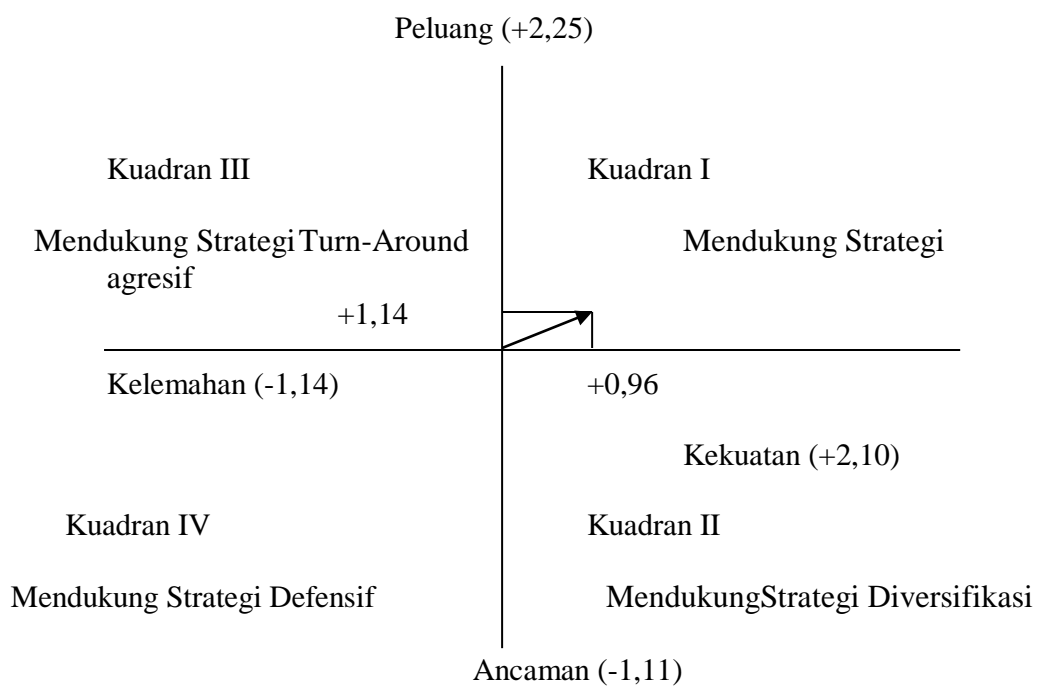
Tabel 4.4 Matriks *External Factor Analysis Summary (EFAS)* PT. Toba Hijau Sinergi menunjukkan bahwa peluang yang dimiliki setiap perusahaan lebih besar dari pada ancamannya. Peluang memiliki sub total **2,25** dan ancaman memiliki sub total **1,11** dimana hasil dari keduanya diselihkan dan didapat hasil **2,25- 1,11= 1,14** Jumlah faktor yang dianalisa pada peluang dibatasi menjadi dua faktor dan ancaman menjadi dua faktor, dimana faktor-faktor tersebut dianggap sebagai faktor-faktor dominan.

3. Diagram Cartesius Analisis SWOT

Hasil analisis pada tabel Matriks *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) dan *Eksternal Factor Analysis Summary* (EFAS) dipetakan pada diagram Cartesius analisis SWOT dengan cara sebagai berikut :

- a) Sumbu horisontal (x) menunjukkan kekuatan dan kelemahan, sedangkan sumbu vertikal (y) menunjukkan peluang dan ancaman.
- b) Posisi organisasi ditentukan dengan hasil analisa sebagai berikut.
 1. Jika peluang lebih besar daripada ancaman, maka nilai $y > 0$ dan sebaliknya ancaman lebih besar daripada peluang maka nilai $y < 0$
 2. jika kekuatan lebih besar daripada kelemahan maka nilai $x > 0$ dan sebaliknya kelemahan lebih besar daripada kekuatan maka nilai $x < 0$.

Berikut merupakan posisi kuadran PT. Toba Hijau Sinergi



Gambar 4.2 Diagram Cartesius Analisis SWOT

Dari Gambar 4.2 Diagram *Cartesius* Analisis SWOT , dapat dilihat bahwa PT. Toba Hijau Sinergi berada pada posisi Kuadran I yang mendukung strategi agresif. Posisi kuadran I ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. PT. Toba Hijau Sinergi memiliki kekuatan yang dapat digunakan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan pada perusahaan ini adalah yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. (*Growth oriented strategy*).

3. Matriks SWOT

Matriks SWOT dapat menggambarkan dengan jelas bagaimana strategi pemasaran yang sesuai berdasarkan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki dalam rangka merespon peluang dan menghadapi ancaman yang ada. Analisis matriks ini akan menghasilkan empat jenis strategi utama, yaitu: strategi S-O, W-O, S-T, dan W-T sebagaimana tersaji pada tabel 4.5.

Tabel 4.5 Matriks SWOT PT. Toba Hijau Sinergi

IFAS	Kekuatan (S) 1.Lokasi Kantor Pemasaran 2.Produk Ramah Lingkungan 3.Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) 4. Kondisi keuangan perusahaan baik	Kelemahan (W) 1.Kurangnya informasi tentang produk 2. Bahan baku masih ada yang berasal dari luar perusahaan 3. Saluran Distribusi 4.Jaringan pemasaran belum terlalu luas
EFAS	Strategi S-O 1. Melakukan penetrasi pasar 2. Menjaga hubungan baik dengan pelanggan	Strategi W-O 1. Menambah banyak informasi tentang produk pellet 2. Mencari suplayer yang lain
	Strategi S-T 1. Mengoptimalkan harga dengan produk substitusi	Strategi W-T 1. Mengoptimalkan stok barang yang ada
	Peluang (O) 1. Memanfaatkan Mahalnya harga bahan bakar 2. Ketersediaan sumber pendanaan	
	Ancaman (T) 1. Keterlambatan Stok Barang 2. Produk substitusi	

Sumber : Data yang diolah peneliti, 2019

4. Pilihan Alternatif Strategi Pengembangan Bagi Perusahaan

Berdasarkan Gambar 4.1 Diagram *Cartesius* Analisis SWOT pada PT. Toba Hijau Sinergi, dapat dilihat bahwa berada pada posisi Kuadran I Posisi kuadran I ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. PT. Toba Hijau Sinergi memiliki kekuatan yang dapat digunakan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan pada bisnis ini adalah yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*). Strategi agresif yang dapat diterapkan pada perusahaan adalah melalui strategi intensif, yaitu penetrasi pasar dan pengembangan pasar. Berdasarkan Tabel 4.5 Matriks SWOT, maka strategi pengembangan yang dapat diterapkan PT. Toba Hijau Sinergi adalah strategi S-O yaitu strategi yang memanfaatkan kekuatan perusahaan untuk meraih peluang yang ada pada lingkungan eksternal guna memperoleh keuntungan bagi setiap perusahaan. Strategi S-O tersebut diantaranya adalah :

a) Melakukan penetrasi pasar

Strategi ini berdasarkan kekuatan perusahaan yaitu varian produk dan pangsa pasar yang besar, serta merespon peluang yang ada yaitu pertumbuhan industri yang membutuhkan pellet sebagai pengatbahan bakar yang ramah lingkungan. Strategi ini berdasarkan kekuatan perusahaan yaitu kualitas produk, serta merespon peluang yang ada yaitu besarnya potensi pasar,. Strategi ini dapat dilakukan dengan cara meningkatkan pangsa pasar untuk produk yang sudah ada di pasar lewat usaha pengembangan yang lebih gencar.

b) Menjaga hubungan baik dengan pelanggan

Strategi ini berdasarkan kekuatan perusahaan yaitu varian produk dan pangsa pasar yang besar, serta memanfaatkan peluang yang ada yaitu hubungan baik dengan pelanggan. Strategi ini dapat dilakukan dengan cara menjaga hubungan baik dengan pelanggan yang ada.

C. Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) PT. Toba Hijau Sinergi,

1. faktor internal (kekuatan dan kelemahan)

Hasil analisis pada Tabel 4.3 Matriks *Internal Factor Analysis Summary (IFAS)* PT. Toba Hijau Sinergi, faktor kekuatan (*strength*) Kekuatan memiliki sub total 2.10 dan Kelemahan memiliki sub total 1,14 menunjukkan bahwa kekuatan yang dimiliki setiap perusahaan lebih besar dari pada kelemahannya. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Khuzaimy dan Hidayat (2015) yaitu: UD. Cengkeh Madagaskar ada pada kuadran I mendukung kebijakan pertumbuhan agresif atau *Growth Oriented Strategy*, yaitu pertumbuhan yang agresif perlu dengan cara melaksanakan promosi dalam penjualan serta menambah jumlah produk. Kelemahan yang dimiliki UD. Cengkeh Madagaskar belum menjadi hambatan bagi perusahaan untuk terus dapat mengembangkan usahanya dan bersaing dengan perusahaan yang sejenisnya. Sedangkan Pujiyati (2018) Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan wirausaha pemuda di BMT Al-Hasanah cabang Jati Agung belum dikatakan mandiri. Karena para wirausaha masih takut dalam mengambil resiko. Dalam menjalankan Strategi pemasaran yang dilakukan para wirausaha belum maksimal dan

kurangnya kemampuan manajemen menjadi hambatan dalam mewujudkan wirausahawan mandiri.

2. Faktor eksternal (peluang dan ancaman)

Sementara hasil analisis pada Tabel 4.4 Matriks *External Factor Analysis Summary (EFAS)* PT. Toba Hijau Sinergi, faktor peluang (*opportunity*) Peluang memiliki sub total 2,25 dan ancaman memiliki sub total 1,11. Dari hasil sub total tersebut menunjukkan bahwa PT. Toba Hijau Sinergi pada diagram Catesius, yang dapat dilihat pada Gambar 4.3 Diagram *Cartesius* Analisis SWOT, berada pada kuadran I. Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan, perusahaan memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah strategi yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*). Strategi agresif yang dapat diterapkan pada bisnis pellet pada PT. Toba Hijau Sinergi adalah melalui strategi intensif, yaitu penetrasi pasar dan pengembangan pasar. Alternatif strategi pengembangan yang dapat diterapkan pada usaha pellet yang tercantum pada Tabel 4.5 Matriks SWOT bisnis pupuk di Kecamatan Tigalingga, adalah strategi S-O, diantaranya (1) melakukan penetrasi pasar (2) Menjaga hubungan baik dngan pelanggan. Alternatif strategi tersebut didesain untuk pengembangan usaha dan kelancaran dalam pendistribusian, sehingga dapat menaikkan volume keuntungan serta dapat bertahan dalam persaingan yang ketat.

Hasil penelitian Sinaga (2016) menunjukkan usaha pupuk di Kecamatan Tigalingga berada pada kuadran I dalam diagram Cartesius, dimana kekuatan lebih besar dari kelemahan, dan peluang lebih besar dari ancaman. Oleh sebab itu usaha pupuk di Kecamatan Tigalingga perlu menerapkan melalui strategi intensif, yaitu

penetrasi pasar dan pengembangan pasar. Alternatif strategi pengembangan juga dapat diterapkan melalui hasil pada Tabel 4.5 Matriks SWOT usaha pupuk di Kecamatan Tigalingga, adalah strategi S-O, diantaranya (1) melakukan penetrasi pasar (2) Menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Alternatif strategi tersebut didesain untuk pengembangan usaha dan kelancaran dalam pendistribusian, sehingga dapat menaikkan volume keuntungan serta dapat bertahan dalam persaingan yang ketat

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data serta pembahasan yang telah dilakukan, maka penelitian ini menghasilkan dua kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis lingkungan internal dalam strategi pengembangan wirausaha yang dilakukan pada PT. Toba Hijau Sinergi diketahui bahwa perusahaan memiliki empat faktor kekuatan dan empat faktor kelemahan. Faktor kekuatan utama yang ada PT. Toba Hijau Sinergi yaitu kondisi keuangan perusahaan baik, sedangkan faktor kelemahan utama yang ada di PT. Toba Hijau Sinergi yaitu Bahan baku masih ada yang berasal dari luar perusahaan. Berdasarkan hasil analisis lingkungan eksternal yang dilakukan, perusahaan memiliki dua faktor peluang dan dua faktor ancaman. Faktor peluang utama yang ada di PT. Toba Hijau Sinergi yaitu Memanfaatkan Mahalnya harga bahan bakar, sedangkan Faktor ancaman utama yang ada di PT. Toba Hijau Sinergi adalah adanya produk substitusi.

Matriks *Internal Factor Analysis Summary (IFAS)* PT. Toba Hijau Sinergi , faktor kekuatan (*strength*) Kekuatan memiliki sub total 2,10 dan Kelemahan memiliki sub total 1, Sementara hasil analisis pada Tabel 4.4 Matriks *External Factor Analysis Summary (EFAS)* PT. Toba Hijau Sinergi, faktor peluang (*opportunity*) Peluang memiliki sub total 2,25 berada kuadran pertama.

2. Indonesia merupakan salah satu Negara terbesar penghasil kelapa sawit, ada ratusan Pabrik kelapa sawit yang berdiri di Indonesia , sehingga limbah tandan

kosong kelapa sawit yang dihasilkan juga sangat besar , hal ini merupakan salah satu peluang besar dalam industri ini, menanggulangi limbah menjadi bernilai jual tinggi dengan mengubah Limbah tandan kosong kelapa sawit menjadi *EFB Palm Pellet* dengan melalui proses *crushing, shredding, thressing, dan pressing* dengan Mesin yang dirancang khusus , PT. Toba Hijau Sinergi menciptakan Bahan Bakar alternatif Biomassa Ramah lingkungan yang dapat dipergunakan sebagai Bahan Bakar Boiler, Power plant dan beberapa kebutuhan Energi lainnya.

B. Saran

Beberapa saran yang dapat dikemukakan oleh penulis berkaitan dengan hasil penelitian ini antara lain:

1. Potensi pasar yang masih luas hendaknya dapat dimanfaatkan perusahaan dengan baik melalui penerapan strategi intensif, yaitu startegi yang mensyaratkan berbagai upaya yang intensif untuk meningkatkan posisi kompetitif perusahaan dengan produk yang ada. Perusahaan juga hendaknya gencar melakukan promosi kepada perusahaan yang bergerak dalam bidang induustri untuk mengenalkan produk pellet, sehingga pangsa pasar di indonesia semakin besar.
2. Menambah kapasitas olah mesin sehingga seluruh bahan baku limbah tandan kosong kelapa sawit yang tersedia dapat dimanfaatkan dengan maksimal untuk menghasilkan produk *Efb palm pellet*. Dengan demikian ada kemungkinan besar untuk dapat menarik pasokan bahan baku yang juga dimiliki oleh banyak pabrik

kelapa sawit di indonesia , sehingga tidak menutup kemungkinan PT. Toba Hijau Sinergi dapat menjadi Produsen *EFB Palm Pellet* terbesar di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Allison, M., dan Kaye, J. 2015. *Perencanaan Strategis Bagi Organisasi Nirlaba*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Asih, S. (2018). Pengaruh kontribusi pajak daerah, pendapatan asli daerah, retribusi daerah dan bagi hasil pajak terhadap belanja daerah dengan pertumbuhan ekonomi sebagai variabel moderating pemerintah kabupaten dan kota. *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Publik*, 9(1), 177-191.
- Andika, R. (2018). Pengaruh komitmen organisasi dan pengawasan terhadap disiplin kerja karyawan pada pt artha gita sejahtera Medan. *JUMANT*, 9(1), 95-103.
- Baroto, teguh dan Purbohadiningrat, chandara. 2014. *Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Ppob Kipo Menggunakan Analisis Swot Dan Qspm*. Jurnal. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Berutu, Thomson. 2011. *Analisis Manajemen Strategi Giant (PT. Hero Supermarket, Tbk) Dalam Menghadapi Persaingan Ritel di Kota Bogor*. Skripsi Fakultas Pertanian Institut Pertanian Bogor.
- Capriatie, Jennifer. 2015. *Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada D'SATZ Event Organizer*. Universitas Sumatera Utara Medan.
- Choirunnisak. 2012. *Penerapan Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Produk Tabungan Pada BMI Cabang Pembantu Magelang*. Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Salatiga.
- David, Fred R. 2012. *Manajemen Strategis*, Edisi Kedua belas. Jakarta: Salemba Empat.
- Harahap, Uliana. 2011. *Analisis SWOT Pada Toko Budi Stiker Medan*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara.
- Hidayat, R. Rusiadi, dan M. Isa Indrawan. *Teknik Proyeksi Bisnis*.
- Jatmiko. 2010. *Manajemen Stratejik*. Malang: UMM Press
- Harahap, R. (2018). Analisa kepuasan kerja karyawan di cv. rezeki Medan. *JUMANT*, 8(2), 97-102.
- Jayanti, Dewi. 2011. *Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing pada Hotel Cherry Pink KH. Wahid Hasyim*. Skripsi Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Kasmir. 2010. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta:PT Raja Grafindo Persada.
- Khuzaimy, Ahmad dan Hidayat,N Rusdi. 2015. *Analisis Strategi Bisnis Pada UD. Cengkeh madagaskar Di Sidoarjo*. Jurnal. Jawa timur: UPNV.

- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga belas. Jakarta : Erlangga.
- Kholik, K. (2017). The effect of occupational safety and health on work productivity of employees and its impact on employee performance at pt. alfo citra abadi Medan.
- Masruroh, Umi. 2015. *Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Produk Tabungan Batara IB*. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
- Munawaroh, Siti dan Suryana, Lia. 2013. *Analisis SWOT Sebagai Dasar Penetapan Strategi Pemasaran Pada Perusahaan Jamu Cuk Sirih Di Banjarmasin*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Banjarmasin.
- Mesra, B. (2018). Factors That Influencing Households Income And Its Contribution On Family Income In Hamparan Perak Sub-District, Deli Serdang Regency, North. *Int. J. Civ. Eng. Technol*, 9(10), 461-469.
- Novianto, Aan . 2017. *Analisis Strategi Pengembangan Bisnis (Studi Pada Industri Kerajinan Gerabah Desa Negara Ratu Kecamatan Natar)*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Lampung.
- Nasution, M. D. T. P., & Rossanty, Y. (2018). Country of origin as a moderator of halal label and purchase behaviour. *Journal of Business and Retail Management Research*, 12(2).
- Parulian, Ronny. 2009. Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan *Volume* Penjualan Jasa Hotel Pada Hotel Garuda Plaza Medan. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara.
- Pujiyati, Lia. 2018. *Analisis Strategi Pengembangan Wirausaha Pemuda dalam Mewujudkan Wirausahawan Mandiri dan Implikasinya terhadap Ketahanan Ekonomi Keluarga (Studi Pada Anggota BMT Al-Hasanah cabang Jati Agung Lampung Selatan)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Negeri Raden Intan Lampung.
- Pakpahan, M. (2018). Strategi meningkatkan minat beli ulang aptek terhadap produk obat pt novell pharmaceutical labs Medan. *JUMANT*, 6(1), 49-56.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Rahmisari, Inka. 2012. *Analisis Strategi Swot Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Perusahaan Pemasaran Coffee Mix Di Kota Medan (Studi Kasus Pada PT. Indrapura Perkasa Medan)*. Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara.
- Robins, stelphen p dan coulter, mary.2010. *Manajemen edisi sepuluh* ,Jakarta : Erlangga.
- Rizky, M. C., & Ardian, N. (2019). Enhance employee performance for increase work motivation on Universitas Pembangunan Panca Budi Medan. *Journal Homepage: <http://ijmr.net.in>*, 7(08).

- Rossanty, Y., Nasution, M. D. T. P., & Ario, F. (2018). *Consumer Behaviour In Era Millennial*. Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah AQLI.
- Robain, W. (2012). *Pengaruh pendapatan, bagi hasil, tanggungan keluarga dan religi terhadap pola konsumsi tenaga kependidikan di perguruan Islam al Ulum Terpadu Medan (Doctoral dissertation, Pascasarjana UIN Sumatera Utara)*.
- Rahayu, S. (2018). *Pengaruh Motivasi dan Disiplin Terhadap Prestasi Kerja Karyawan di PT. Langkat Nusantara Kepong Kabupaten Langkat*. JUMANT, 9(1), 115-132.
- Sinaga, Tambah Longar .2016. *Strategi Pengembangan Usaha Pupuk (Studi Pada Usaha Pupuk di Kecamatan Tigalingga Kabupaten Dairi)*. Skripsi. Departemen Ilmu Administrasi Niaga dan Bisnis. Universitas Sumatera Utara.
- Setyawan, Robi. 2015. *Penerapan Analisis SWOT Sebagai Landasan Merumuskan Strategi Pemasaran Usaha Jasa Sewa Mobil AMAN-AMIN Transport Tours and Travels Ambarketawang Sleman Yogyakarta*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Suhartini. 2012. *Analisa SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Perusahaan*. Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya. Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya.
- Syahfitri, Yudhi. 2010. *Analisis SWOT Dalam Upaya Meningkatkan Keunggulan Bersaing Pada Salon Cleopatra*. . Universitas Sumatera Utara.
- Solihin, Ismail. 2012. *Manajemen Strategik*. Jakarta : Erlangga. Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Administrasi*, Bandung: Alfabeta.
- Siregar, Gustina dan Salman serta Wati Lena. 2014. *Strategi Pengembangan Usaha Tahu Rumah Tangga*. Jurnal. Sumatera Utara: Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
- Samrin, S., Irawan, M., & Se, M. (2019). *Analisis Blue Ocean Strategy Bagi Industri Kerajinan Di Kota Tanjung Balai*. Jurnal Manajemen, 11(1).
- Siregar, N. (2018). *Analisis produk dan citra koperasi terhadap wirausaha koperasi dalam meningkatkan industri rumah tangga pada masyarakat desa lubuk saban pantai cermin kabupaten deli serdang*. JUMANT, 9(1), 79-93.
- Setiawan, N. (2018). *Peranan persaingan dalam meningkatkan kualitas pelayanan (Resistensi Terhadap Transformasi Organisasional)*. JUMANT, 6(1), 57-63.
- Wheelen, Thomas L dan Hunger, J. David .(2012). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: Andi
- Zumroh, Isti. 2012. *Penggunaan Analisis SWOT dan AHP Untuk Menentukan Strategi Pemasaran Perusahaan*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

<http://www.bumn.go.id>
<http://tobahjausineri.id>