

RIWAYAT HIDUP PENULIS

1. Nama Lengkap : Nurul Aida
2. Tempat dan Tanggal Lahir : Pelaihari, 20 April 1995
3. Agama : Islam
4. Kebangsaan : Indonesia
5. Status Perkawinan : Belum Menikah
6. Alamat : Jl. Swadaya RT:02 RW:01 Desa Padang Luas 1
Kab. Tanah Laut.
7. Pendidikan :
 - a. SDN Padang Luas 1
 - b. MTS Ubudiyah Bati-Bati
 - c. SMAN 1 Kurau
 - d. UIN Antasari Banjarmasin Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Jurusan
Ekonomi Syariah
8. Orang tua :
 - a. Bapak
Nama : H. Anton Iskandar
Pekerjaan : Pegawai Swasta
Alamat : Jl. Swadaya RT:02 RW:01 Desa Padang Luas 1
Kab. Tanah Laut.
 - b. Ibu
Nama : Hj. Noor Asiah
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Jl. Swadaya RT:02 RW:01 Desa Padang Luas 1
Kab. Tanah Laut.
9. Saudara :
 - a. Adik Kandung : Nor Izatil hasanah
: Ahmad Fajri Yannor
10. Anak ke : 1 (satu) dari tiga bersaudara

Banjarmasin, 16 Juni 2017
Penulis,



Nurul Aida
1301150170

PEDOMAN WAWANCARA

Pedoman Wawancara Profil Usaha

1. Tahun berapa usaha ini mulai beroperasi ?
2. Modal awalnya berapa ?
3. Berapa omset perbulan yang anda peroleh dari usaha ini ?
4. Apa yang membuat anda tertarik untuk membuka usaha ini ?
5. Perkembangan usaha anda seperti apa ?
6. Bagaimana keadaan usaha anda saat ini ?
7. Karyawan yang anda miliki saat ini seperti apa dan berapa orang ?
8. Pelanggan anda saat ini seperti apa ?
9. Pernahkah mengalami masa keterpurukan ?

Pedoman Wawancara Untuk Pemilik Terkait SWOT

1. Berapa lama anda menggeluti bidang ini ?
2. Harga yang dipatok disini seperti apa ?
3. Kepuasan konsumen yang anda rasakan seperti apa ?
4. Pernahkah melakukan kesalahan pada pengerjaan ?
5. Loyalitas konsumen disini seperti apa ?

6. Pangsa pasarnya bagaimana ?
7. Setahu anda sudah seberapa banyak pelanggan usaha ini ?
8. Apa saja yang dapat atau yang sedang mengancam usaha ini ?
9. Kekurangan yang masih terasa dalam usaha ini apa ?
10. Keunggulan yang ada dalam usaha ini dan yang paling menonjol apa ?
11. Melihat keadaan saat ini peluang untuk kedepannya seperti apa ?

TABEL BOBOT FAKTOR STRATEGIS INTERNAL

Faktor Eksternal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	Total	Bobot
Kekuatan													
A. Pelayanan yang baik	2												0,10
B. Tempat yang strategis		2											0,10
C. Hasil fotokopi yang bagus dan bersih karena mesin yang terawat			3										0,15
D. Harga yang ekonomis dan terjangkau				2									0,10
E. Memberikan diskon harga					1								0,05
F. Keahlian pemilik fotokopi dalam hal memperbaiki mesin apabila terjadi kerusakan mesin						2							0,10
Kelemahan													
G. Sering terjadi kesalahan dalam melayani pelanggan							2						0,10
H. Sangat bergantung pada listrik								1					0,05
I. Mesin fotokopi terbatas									2				0,10
J. Promosi yang kurang luas										1			0,05
K. Mesin sering <i>error</i> /rusak											2		0,10
Total												20	1,00

TABEL BOBOT FAKTOR STRATEGIS EKSTERNAL

Faktor Eksternal	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	Total	Bobot
Peluang													
A. Promosi sangat menentukan keberhasilan perusahaan	2												0,10
B. Kecenderungan mahasiswa memfotokopi materi kuliah daripada membeli buku		2											0,10
C. Mampu mengerjakan pekerjaan dalam partai besar karena pengelola memiliki akses yang banyak			3										0,15
D. Dibutuhkan semua kalangan				2									0,10
E. Usaha jangka panjang					2								0,10
Ancaman													
F. Banyaknya pesaing disekitar lokasi usaha						2							0,10
G. Kenaikan harga BBM membuat biaya listrik naik dan harga kertas juga ikut naik							3						0,15
H. Adanya pengadaan mesin di sebuah perusahaan masing-masing								2					0,10

I. Lambatnya perbaikan apabila terjadi kerusakan mesin fotokopi										2					0,10
Total														20	1,00

A. PEMBERIAN NILAI PERINGKAT/RATING TERHADAP FAKTOR- FAKTOR STRATEGIS INTERNAL

Peringkat nilai rating terhadap faktor kekuatan perusahaan

Petunjuk Pengisian

1. Pemberian nilai peringkat/rating menunjukkan tingkat faktor strategis sebagai kekuatan atau kelemahan. Pemberian nilai peringkat didasarkan pada keterangan berikut :
 Nilai **4**, Jika faktor strategis tersebut dinilai menjadi **kekuatan utama**.
 Nilai **3**, Jika faktor strategis tersebut dinilai menjadi **kekuatan kecil**.
2. Pengisian kolom penilaian peringkat/rating menggunakan tanda check list (√).

Kekuatan	4	3
• Pelayanan yang baik	√	
• Tempat yang strategis	√	
• Hasil fotokopi yang bagus dan bersih karena mesin yang terawat	√	
• Harga yang ekonomis dan terjangkau		√
• Memberikan diskon harga		√
• Keahlian pemilik fotokopi dalam hal memperbaiki mesin	√	

Pemberian nilai rating terhadap faktor kekuatan perusahaan Petunjukan Pengisian :

1. Pemberian nilai peringkat/rating menunjukkan tingkat faktor strategis sebagai kekuatan atau kelemahan. Pemberian nilai peringkat didasarkan pada keterangan berikut :
 Nilai **1**, Jika faktor strategis tersebut dinilai menjadi **kelemahan utama**.
 Nilai **2**, Jika faktor strategis tersebut dinilai menjadi **kelemahan kecil**.
2. Pengisian kolom penilaian peringkat/rating menggunakan tanda check list (√)

Kelemahan	1	2
• Sering terjadi kesalahan dalam melayani pelanggan	√	
• Sangat bergantung pada listrik		√
• Mesin fotokopi terbatas	√	
• Promosi yang kurang luas		√
• Mesin sering <i>error</i>	√	

B. PEMBERIAN NILAI PERINGKAT/RATING TERHADAP FAKTOR- FAKTOR STRATEGIS EKSTERNAL

1. Pemberian nilai peringkat/rating terhadap peluang

Petunjuk Pengisian :

Pemberian nilai peringkat didasarkan pada kemampuan perusahaan dalam meraih peluang yang ada. Pemberian nilai peringkat didasarkan pada keterangan berikut :

Nilai **4**, Jika perusahaan mempunyai kemampuan **sangat baik** dalam meraih peluang tersebut.

Nilai **3**, Jika perusahaan mempunyai kemampuan **baik** dalam meraih peluang tersebut.

Nilai **2**, Jika perusahaan mempunyai kemampuan **cukup baik** dalam meraih peluang tersebut.

Nilai **1**, Jika perusahaan mempunyai kemampuan **tidak baik** dalam meraih peluang tersebut.

Peluang	4	3	2	1
<ul style="list-style-type: none">Promosi sangat menentukan keberhasilan perusahaan		√		
<ul style="list-style-type: none">Kecenderungan mahasiswa memfotokopi materi kuliah daripada membeli buku	√			
<ul style="list-style-type: none">Mampu mengerjakan pekerjaan dalam partai besar karena pengelola memiliki akses yang banyak		√		
<ul style="list-style-type: none">Dibutuhkan semua kalangan		√		
<ul style="list-style-type: none">Usaha jangka panjang				√

2. Pemberian nilai peringkat/rating terhadap ancaman

Petunjuk Pengisian :

Pemberian nilai peringkat didasarkan pada besarnya ancaman yang dapat mempengaruhi keberadaan perusahaan. Pemberian nilai peringkat didasarkan pada keterangan berikut :

Nilai **4**, Jika faktor ancaman memberikan **pengaruh yang sangat kuat** terhadap perusahaan.

Nilai **3**, Jika faktor ancaman memberikan **pengaruh kuat** terhadap perusahaan.

Nilai **2**, Jika faktor ancaman memberikan **pengaruh biasa** terhadap perusahaan.

Nilai **1**, Jika faktor ancaman **tidak memberikan pengaruh** terhadap perusahaan.

Ancaman	4	3	2	1
• Banyaknya pesaing disekitar lokasi usaha		√		
• Kenaikan harga BBM membuat biaya listrik naik dan harga kertas juga ikut naik		√		
• Adanya pengadaan mesin di sebuah perusahaan masing-masing			√	
• Lambatnya perbaikan apabila terjadi kerusakan mesin fotokopi		√		

**KUISIONER PENELITIAN
RISET SWOT
FAKTOR STRATEGIS INTERNAL DAN EKSTERNAL PERUSAHAAN**

Riset SWOT

Bagian ini terdiri dari dua bagian, yaitu:

1. Kondisi internal, tujuannya untuk mendapatkan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan organisasi ini.
2. Kondisi eksternal, tujuannya untuk mendapatkan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman organisasi ini.

Cara Pengisian:

- a. Penilaian kondisi saat ini. Responden diminta untuk menilai kinerja organisasi saat ini.
- b. Penilaian urgensi. Responden diminta untuk menilai tingkat urgensi faktor tersebut untuk ditangani. Penilaian ini berhubungan dengan skala prioritas dalam menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi.

Acuan Pengisian Kuesioner ini Adalah Sebagai Berikut:

Penilaian Kondisi Saat ini:

Angka 1 = sangat kurang
 Angka 2 = kurang
 Angka 3 = cukup
 Angka 4 = agak baik
 Angka 5 = baik
 Angka 6 = sangat baik

Penilaian Urgensi Penanganan:

Angka 1 = tidak urgen
 Angka 2 = kurang urgen
 Angka 3 = urgen
 Angka 4 = sangat urgen

No	Indikator KEKUATAN	Penilaian Kondisi						Urgensi			
		Saat ini						Penanganan			
1	Pelayanan yang baik					5					4
2	Tempat yang strategis					5					4
3	Hasil fotokopi yang bagus dan bersih karena mesin yang terawat							6			4
4	Harga yang ekonomis dan terjangkau				4				2		
5	Memberikan diskon harga				4					3	
6	Keahlian pemilik fotokopi dalam hal memperbaiki mesin					5				3	

No	Indikator KELEMAHAN	Penilaian Kondisi						Urgensi			
		Saat ini						Penanganan			
1	Sering terjadi kesalahan dalam melayani pelanggan				4					3	
2	Sangat bergantung pada listrik			3						3	
3	Mesin fotokopi terbatas				4					3	
4	Promosi yang kurang luas		2						2		
5	Mesin sering <i>error</i>			3						3	

No	Indikator PELUANG	Penilaian Kondisi						Urgensi Penanganan			
1	Promosi sangat menentukan keberhasilan perusahaan					5				3	
2	Kecenderungan mahasiswa memfotokopi materi kuliah daripada membeli buku							6			4
3	Mampu mengerjakan pekerjaan dalam partai besar karena pengelola memiliki akses yang banyak					5				3	
4	Dibutuhkan semua kalangan				4					3	
5	Usaha jangka panjang					5				3	

No	Indikator ANCAMAN	Penilaian Kondisi						Urgensi Penanganan			
1	Banyaknya pesaing di sekitar lokasi usaha					5				3	
2	Kenaikan harga BBM membuat biaya listrik naik dan harga kertas juga ikut naik				4				2		

3	Adanya pengadaan mesin di sebuah perusahaan masing-masing				4					3	
4	Lambatnya perbaikan apabila terjadi kerusakan mesin fotokopi					5				3	

Faktor Sukses Kritis	Bobot	Strategi 1		Strategi 2		Strategi 3		Strategi 4		Strategi 5		Strategi 6		Strategi 7		Strategi 8	
		AS	TAS														
Kekuatan																	
A. Pelayanan yang baik	0,10	4	0,40	4	0,40	3	0,30	3	0,30	4	0,40	4	0,40	4	0,40	3	0,30
B. Tempat yang strategis	0,10	4	0,40	4	0,40	3	0,30	4	0,40	4	0,40	4	0,40	4	0,40	4	0,40
C. Hasil kualitas fotokopi yang bagus dan bersih	0,15	3	0,45	3	0,45	1	0,15	2	0,30	1	0,15	3	0,45	4	0,60	2	0,30
D. Harga yang ekonomis dan terjangkau	0,10	2	0,20	2	0,20	1	0,10	3	0,30	3	0,30	4	0,40	4	0,40	1	0,40
E. Memeberikan diskon	0,05	3	0,15	3	0,15	2	0,10	4	0,20	4	0,20	2	0,10	2	0,10	3	0,15
F. Keahlian pemilik fotokopi dalam hal memperbaiki mesin	0,10	3	0,30	3	0,30	1	0,10	4	0,40	2	0,20	1	0,10	3	0,30	4	0,40
Kelemahan																	
G. Sering terjadi kesalahan dalam melayani pelanggan	0,10	3	0,30	1	0,10	2	0,20	1	0,10	4	0,40	2	0,20	4	0,40	4	0,40
H. Sangat bergantung pada listrik	0,05	4	0,20	2	0,10	1	0,05	4	0,20	4	0,20	3	0,15	4	0,20	2	0,10
I. Mesin fotokopi terbatas	0,10	1	0,10	4	0,40	3	0,30	4	0,40	2	0,20	4	0,40	2	0,20	2	0,20
J. Promosi yang kurang luas	0,05	4	0,20	4	0,20	2	0,10	3	0,15	4	0,20	3	0,15	4	0,20	3	0,15
K. Mesin sering error	0,10	4	0,40	3	0,30	3	0,30	2	0,20	4	0,40	4	0,40	3	0,30	4	0,40

Peluang																	
A. Promosi sangat menentukan keberhasilan	0,10	2	0,20	1	0,10	4	0,40	3	0,30	2	0,20	4	0,40	3	0,30	1	0,10
B. Kecenderungan mahasiswa memfotokopi materi kuliah daripada membeli buku	0,10	4	0,40	2	0,20	1	0,10	2	0,20	4	0,40	2	0,20	4	0,40	4	0,40
C. Mampu mengerjakan pekerjaan dalam partai besar karena pengelola memiliki akses banyak	0,15	4	0,60	2	0,30	3	0,45	4	0,60	4	0,60	1	0,15	4	0,60	2	0,30
D. Dibutuhkan semua kalangan	0,10	2	0,20	4	0,40	2	0,20	4	0,40	3	0,30	2	0,20	4	0,40	4	0,40
E. Usaha jangka panjang	0,10	4	0,40	3	0,30	4	0,40	2	0,20	4	0,40	3	0,30	4	0,40	3	0,30
Ancaman																	
F. Banyaknya pesaing di sekitar lokasi	0,10	2	0,20	4	0,40	4	0,40	3	0,30	2	0,20	4	0,40	3	0,30	2	0,20
G. Kenaikan harga BBM membuat biaya listrik naik dan harga kertas juga ikut naik	0,15	2	0,30	4	0,60	4	0,60	3	0,45	1	0,15	4	0,60	4	0,60	2	0,30

H. Adanya pengadaan mesin di sebuah perusahaan masing-masing	0,10	4	0,40	3	0,30	4	0,40	4	0,40	4	0,40	3	0,30	4	0,40	2	0,20
I. Lambatnya perbaikan mesin	0,10	4	0,40	2	0,20	4	0,40	2	0,20	2	0,20	4	0,40	3	0,30	3	0,30