

# I. PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan elemen penting dalam mendukung kemandirian ekonomi Indonesia. UMKM memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. UMKM memiliki dua peran dalam perekonomian Indonesia sebagai sarana untuk pemerataan ekonomi bagi rakyat kecil dan sebagai alat pengentasan kemiskinan, sehingga memberikan keuntungan bagi negara (Kemenkeu RI, 2022).

UMKM adalah salah satu jenis bisnis di kalangan masyarakat yang mampu menyerap banyak tenaga kerja. Kementerian Koordinator UMKM mencatat ada 119,6 juta orang yang bekerja pada bidang ini di tahun 2019. Jumlah itu setara dengan 96,92% dari keseluruhan penduduk di Indonesia bekerja. Indonesia memiliki kuantitas UMKM sebesar 65,47 juta. UMKM 99,99% lebih dominan dibandingkan dengan jenis usaha lainnya (Kemenkop UKM, 2019).

Kelompok UMKM terdiri dari beberapa jenis termasuk UMKM pangan. Sektor yang termasuk dalam UMKM pangan meliputi subsektor pertanian, peternakan, kehutanan, perikanan dan subsektor tanaman pangan. Klasifikasi standar UMKM pangan di Indonesia mencakup restoran, warung makan, kedai makanan dan minuman, serta penjual makanan dan minuman yang berkeliling (Hubeis, 2021). UMKM di Indonesia beragam dan bervariasi, kajian ini fokus pada pelaku UMKM pangan meliputi warung sembako, minuman jamu, produksi keripik, dan lainnya.

Potensi pertumbuhan ekonomi UMKM di sektor pangan besar, namun tidak terlepas dari tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha. Secara internal, UMKM sering menghadapi berbagai kendala seperti kurangnya modal atau investasi, teknik produksi, pangsa pasar, manajemen, teknologi, pengambilan keputusan yang lemah, dan daya saing yang rendah. Secara eksternal, mereka lebih banyak menghadapi masalah seperti perizinan usaha, bahan baku, lokasi pemasaran, kesulitan dalam memperoleh kredit bank, iklim usaha yang kurang mendukung,

kurangnya kepedulian masyarakat, dan minimnya pembinaan usaha (Prasetyo, 2008).

Faktanya, perkembangan UMKM di Indonesia masih menghadapi beberapa kendala seperti permasalahan manajemen usaha, keuangan dan pemasaran. Keterbatasan waktu, minimnya pengetahuan bisnis, buruknya pengelolaan keuangan, tekanan eksternal, dan kurangnya tenaga ahli menjadi kendala yang di hadapi pelaku UMKM (Muheramtohad, 2017). Permasalahan tersebut menunjukkan bahwa pelaku UMKM juga memiliki kendala dalam hal mengembangkan usahanya.

Berdasarkan hasil asesmen usaha yang sudah dilakukan, usaha yang dijalankan oleh pelaku UMKM memiliki prospek yang baik kedepannya. Namun, karena kurangnya pengetahuan untuk manajemen usaha yang baik membuat usaha yang dijalankan hanya dapat memenuhi kebutuhan pribadi pelaku usaha. Pelaku UMKM umumnya tidak mencatat keuangan secara teratur dan seringkali mencampurkan keuangan pribadi dengan keuangan usaha.

Hal inilah yang menyebabkan pelaku usaha sulit mengembangkan usahanya yaitu kemampuan manajemen yang kurang baik hanya berfokus pada kegiatan produksi dan penjualan. Aktivitas UMKM mengalami penurunan akibat pandemi Covid-19 dan berdampak negatif terhadap perekonomian secara keseluruhan (Setiawan, 2021). Salah satu langkah yang dapat diambil untuk mengatasi masalah tersebut adalah perlunya program-program pendampingan usaha bagi pelaku UMKM.

Program pendampingan usaha sangat penting untuk pengembangan UMKM di bidang pangan melalui penyelenggaraan pemecahan permasalahan yang di hadapi pelaku usaha. Lembaga atau organisasi pemerintahan atau swadaya masyarakat diperlukan sebagai agen pembangunan atau *development agent*. Lembaga ini diharapkan dapat memberikan penguatan dan prioritas untuk lebih memperhatikan kegiatan pendampingan pada sektor perekonomian nasional, khususnya usaha kecil dan menengah.

PT Bank BTPN Syariah Tbk adalah salah satu institusi yang memberikan program pendampingan kepada pelaku usaha khususnya nasabah BTPN Syariah. BTPN Syariah memiliki program pendampingan UMKM yang diberi nama

Program *Bestee*. *Bestee* adalah salah satu program yang diberikan untuk mendampingi UMKM dalam aplikasi yang memudahkan dalam mengakses materi pendampingan. Pelaku UMKM akan mendapatkan materi pendampingan usaha seperti pembuatan identitas usaha, pembuatan merek dan logo, pembuatan media promosi seperti pamflet, *banner* dan promosi melalui *WhatsApp*. Program *Bestee* didesain untuk membantu nasabah dalam hal menguatkan usaha umkmnya. Program pendampingan “*Bestee*” merupakan program pendampingan bisnis yang terintegrasi dalam *platform* Kampus Merdeka.

Mahasiswa berperan sebagai fasilitator dan melakukan kegiatan pendampingan menggunakan materi pendampingan yang disesuaikan dengan kebutuhan nasabah. Program *Bestee* dilakukan secara sistematis dan terkontrol dengan baik melakukan pendampingan usaha UMKM. Nasabah BTPN Syariah yang mendapatkan program pendampingan usaha *Bestee* diharapkan dapat mengatasi masalah yang dihadapi, kapasitas dan manajemen usahanya meningkat dan dapat melakukan perluasan pasar (BTPN Syariah, 2023).

Skema pendampingan ini dilakukan selama 4 sesi/bulan, kegiatan dilakukan setiap seminggu sekali. Rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh mahasiswa selama empat kali pertemuan diantaranya adalah, pengenalan dan asesmen usaha, pemberian materi pendampingan, praktik pengerjaan tugas dari materi yang sudah disampaikan, melakukan *review* materi pendampingan dan penutupan. Evaluasi kegiatan pendampingan dengan cara fasilitator memberikan mini survei yang didalamnya terdapat pertanyaan terkait hasil yang didapatkan oleh pelaku usaha selama mengikuti program pendampingan *Bestee*. Pendampingan UMKM *Bestee* berhasil memberdayakan 18 pelaku UMKM, 10 pelaku UMKM merupakan usaha bidang pangan dan 8 pelaku UMKM merupakan usaha non pangan.

Berdasarkan uraian sebelumnya, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut strategi pengembangan usaha penerima program pendampingan *Bestee*? Bagaimana efektivitas program *Bestee* dalam meningkatkan manajemen bisnis UMKM? Oleh karena itu, penelitian ini sangat penting untuk dilaksanakan. Judul tugas akhir ini adalah “Efektivitas Program Pendampingan *Bestee* untuk Penguatan Pelaku Umkm Bidang Pangan pada Nasabah PT Bank BTPN Syariah Tbk.

## 1.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menyusun strategi pengembangan UMKM penerima pendampingan program *Bestee* BTPN Syariah
2. Menganalisis efektifitas program *Bestee* dalam meningkatkan manajemen bisnis UMKM

## 1.3 Manfaat

Manfaat penelitian ini sebagai berikut:

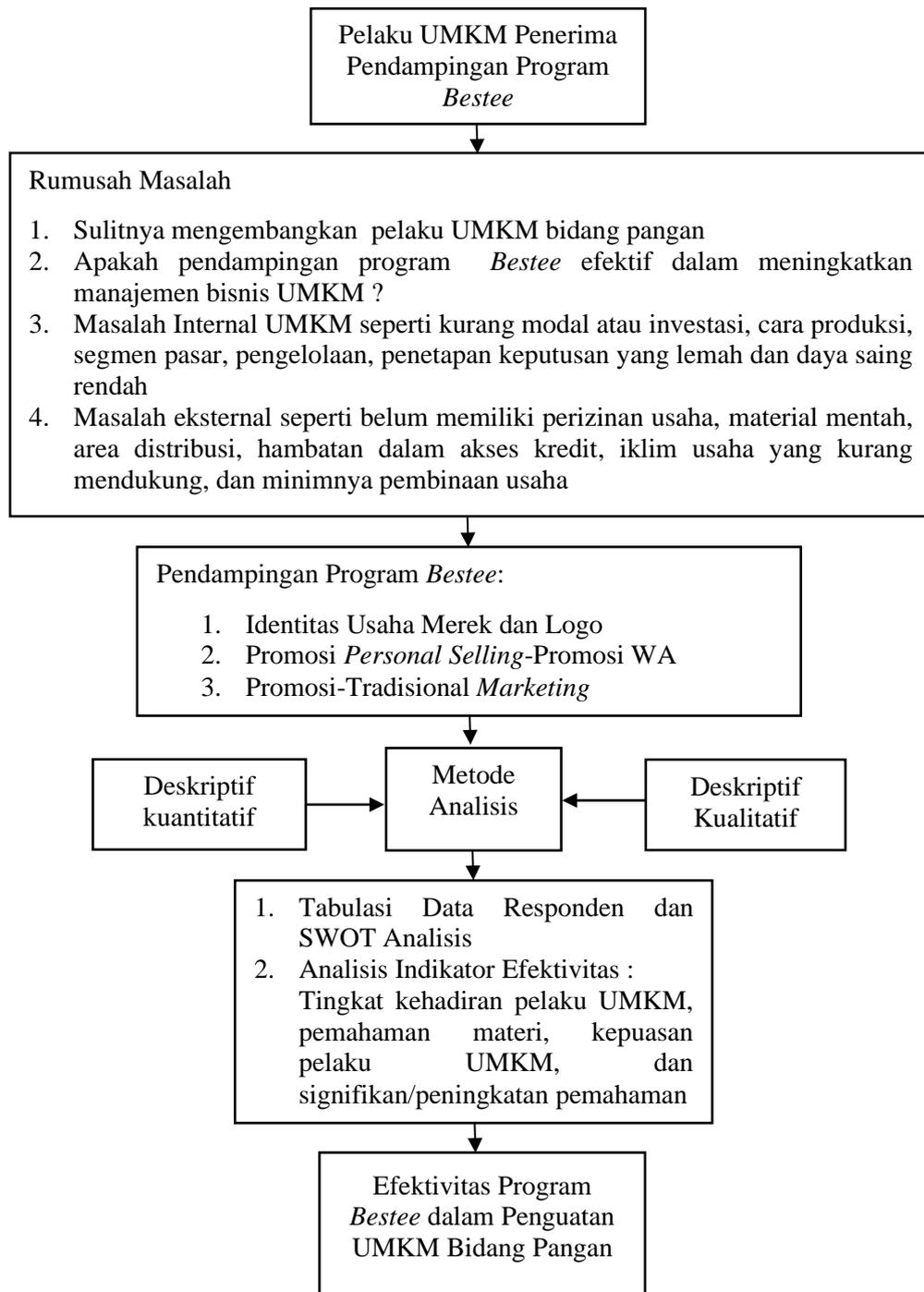
1. Bagi BTPN Syariah, hasil tugas akhir ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan dalam mengetahui efektivitas program pendampingan *Bestee* terhadap penguatan pelaku UMKM bidang pangan dan menjadi bahan pertimbangan untuk melakukan pengembangan program kedepannya
2. Bagi Politeknik Negeri Lampung, hasil tugas akhir ini diharapkan dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya yang menghadapi permasalahan serupa yang akan di kaji
3. Bagi penulis, hasil tugas akhir ini dapat menambah khasanah ilmu, pengalaman, serta wawasan peneliti khususnya mengenai efektivitas program *Bestee* untuk penguatan pelaku UMKM bidang pangan

## 1.4 Kerangka Pemikiran

Permasalahan yang di hadapi oleh pelaku umkm diantaranya adalah manajemen bisnis, keterbatasan waktu, minimnya pengetahuan bisnis, buruknya pengelolaan keuangan, tekanan eksternal, dan kurangnya tenaga ahli. PT Bank BTPN Syariah Tbk tidak hanya dalam hal mengatasi permasalahan kekurangan modal tetapi BTPN Syariah juga konsen dalam hal penguatan pelaku UMKM bidang pangan dengan meluncurkan program pendampingan *Bestee*. Program *Bestee* diharapkan dapat membantu pelaku UMKM dalam mengelola manajemen usahanya dengan baik. Program ini melibatkan mahasiswa dan terintegrasi dengan platform Kampus Merdeka.

Penelitian efektivitas program *Bestee* dalam meningkatkan manajemen bisnis UMKM perlu ditelusuri lebih mendalam. Kedua hal ini menjadi penting untuk dilakukan sebagai kajian tugas akhir lebih lanjut. Metode penelitian yang digunakan

adalah analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif, dengan memanfaatkan data responden, SWOT, dan kuesioner dalam aplikasi *Bestee*. Gambar kerangka pemikiran tugas akhir dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Tugas Akhir Efektivitas Program Pendampingan *Bestee* untuk Penguatan Pelaku Umkm Bidang Pangan pada Nasabah PT Bank BTPN Syariah Tbk

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Usaha Bidang Pangan

Pangan adalah semua sumber hayati, hasil *farming*, kebun, hutan, ikan serta badan air. Contohnya produk yang diproses maupun yang belum diproses ditujukan sebagai bahan pangan atau minuman manusia. Berisi komponen tambahan makanan, dan komponen lainnya.

Tertulis dalam Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang pangan bahwa pangan adalah salah satu kebutuhan dasar manusia yang sangat penting karena dapat memengaruhi keberadaan dan kelangsungan hidup manusia. Pangan harus memenuhi standar kelayakan, keamanan, kebersihan, mutu, dan kandungan gizi yang optimal. Berikut adalah daftar sektor usaha mikro kecil di Indonesia tahun 2020.

Tabel 1. Jumlah Industri Mikro-Kecil di Indonesia

No	Nama	Nilai / Jumlah Unit Usaha
1.	Pangan	1.510.000
2.	<i>Non-Furniture</i>	632.100
3.	Pakaian	591.300
4.	Tekstil	287.700
5.	Bukan Logam	234.000
6.	Lainnya	221.600
7.	Tembakau	197.300
8.	Furnitur	141.000
9.	Bukan Mesin	118.300
10	Minuman	93.200

Sumber: BPS, 2020

Berdasarkan Tabel diatas, sebagian besar bisnis skala mikro-kecil (IMK) di Indonesia beroperasi di sektor pangan. Pada tahun 2020, jumlah IMK sektor makanan mencapai 1,51 juta unit usaha, yang merupakan 36% dari total 4,21 juta unit usaha IMK nasional (BPS, 2020). UMKM adalah suatu badan usaha yang mempunyai aset tertentu atau omset tahunan tertentu menurut standar yang didirikan oleh pemerintah dan dimiliki dan dioperasikan oleh setidaknya satu warga negara Indonesia.

Dirjen Pembinaan UKM, UMKM adalah badan bisnis dengan jumlah pekerja kurang dari 200 jiwa dan harta yang kurang dari Rp 10 miliar. Peraturan Nomor 17/Per/M.KUKM/XII/2015 dari Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah,

UMKM mempunyai aset mencapai Rp500 juta (usaha mikro), Rp10 miliar (usaha kecil menengah), dan Rp50 miliar (usaha menengah). Pemerintah dan lembaga lain seringkali memberikan bantuan khusus terhadap perkembangan UMKM, antara lain melalui pelatihan bisnis, akses ke permodalan, dan akses ke pasar dan saran. Ini dilakukan untuk mengurangi pengangguran, mendorong pertumbuhan UMKM, dan memperkuat sektor ekonomi yang lebih inklusif (Vinatra, 2023).

Usaha besar dan mikro berbeda dari usaha kecil dan menengah. Ciri-ciri umum UMKM adalah modal terbatas, jumlah karyawan terbatas, pasar lokal atau regional, inovasi dan fleksibilitas, dan tingkat kepemilikan individu atau keluarga. Sedangkan, Tidak ada satu pun negara yang memiliki persamaan klasifikasi umum usaha kecil dan menengah (UMKM). Di Indonesia, kriteria yang digunakan oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah digunakan untuk mengklasifikasikan UMKM. Klasifikasi ini ditetapkan berdasarkan Peraturan Menteri Koperasi Usaha Kecil dan Menengah No. 05/Per/M.KUKM/IX/2006.

Tabel 2. Jenis Bisnis, Aset, Pendapatan dan Tenaga Kerja UMKM

No	Jenis Usaha	Aset	Pendapatan	Tenaga Kerja
1.	Usaha Mikro (UM)	Aset Rp 50 juta (Rp 50 juta - Rp 300 juta)	Pendapatan tahunan Rp 300 juta (Rp 300 juta - Rp 2 M)	Jumlah karyawan tidak dijadikan faktor penentu
2.	Usaha Kecil (UK)	Aset > Rp 50 juta hingga Rp 2 M (Rp 300 juta - Rp 2,5 M)	Memiliki pendapatan tahunan > Rp 300 juta hingga Rp 50 M (Rp 300 juta - Rp 50 M)	Karyawan tidak melebihi 50 orang
3.	Usaha Menengah (UM)	Aset > Rp 2 M hingga Rp 10 M (Rp 2,5 M - Rp 10 M)	Pendapatan tahunan > Rp 50 M hingga Rp 500 M (Rp 50 M - Rp 500 M)	Karyawan tidak melebihi 300 orang

Sumber: Permenkop UKM 2020

## 2.2 Analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* (SWOT)

Analisis SWOT adalah analisis yang melacak berbagai faktor untuk membuat strategi bisnis. Ini didasarkan pada logika dan dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), dan peluang (*Opportunities*) sambil meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan selalu dikaitkan dengan proses pengambilan keputusan strategis. Perencana strategis harus menganalisis faktor

strategis perusahaan sesuai dengan keadaan saat ini. Ini disebut "analisis situasi". Model analisis SWOT adalah yang paling umum.

Perusahaan untuk tetap bersaing di pasar bisnis, perusahaan yang lebih besar pun harus memiliki strategi. Sangat tingginya persaingan usaha tentunya mendorong para bisnis untuk meningkatkan produktivitas sistem mereka dan meningkatkan produktivitas mereka sendiri. Strategi baru adalah cara bagi bisnis dan pelaku usaha untuk bersaing dan berkembang (Herawati et al., 2019).

Menurut Putra (2020), mengidentifikasi komponen internal dan eksternal bisnis adalah strategi pengembangan bisnis kuliner. Analisis SWOT adalah analisis strategi tambahan yang dapat membantu bisnis dalam memperluas jangkauan pasar. Bisa membantu bisnis menentukan kelebihan (Strength) dan kelemahan (Weakness) perusahaan serta peluang (Opportunity).

### **2.3 Efektivitas**

Emerson dalam Fausiah (2016) menyatakan efektivitas adalah suatu kegiatan yang diukur dengan derajat kesesuaian antara tujuan yang ingin dicapai dengan hasil. Adisasmata (2015), Efektivitas adalah ketika sesuatu terjadi dengan cara yang memungkinkan hasil yang diinginkan. Kata "efektif" berarti suatu tindakan menghasilkan akibat yang diinginkan. Kerja yang efektif belum tentu berarti kerja yang efisien, karena hasil tidak dapat dicapai tanpa membuang-buang pikiran, tenaga, waktu, uang, dan materi. Gibson menjelaskan dalam Mamangkey (2021) efektivitas adalah tercapainya tujuan yang menunjukkan tingkat efektivitas. Mahmudi dalam Mamangkey (2021) mengartikan efektivitas sebagai hubungan antara hasil dan tujuan. Semakin efektif suatu organisasi, program, atau kegiatan, semakin besar kontribusi hasilnya untuk mencapai tujuan. Coulter (2016) menjelaskan efektivitas adalah hasil dari melakukan hal-hal yang secara langsung membantu organisasi mencapai berbagai tujuan yang telah ditetapkan (Pranitasari et al., 2022).

Kriteria efektivitas suatu program pendampingan dapat diukur dari sejauh mana pencapaian tujuan sesuai dengan harapan. Sementara itu, pendapat pelaku UMKM yang mengikuti program pendampingan dapat digunakan sebagai ukuran seberapa efektif program tersebut. Salah satu cara untuk mengevaluasi efektivitas program adalah dengan melakukan penilaian kesesuaian program.

## 2.4 Penelitian Terdahulu

Adapun tinjauan penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Penelitian Terdahulu

Judul	Tujuan	Metode	Kesimpulan
(1)	(2)	(3)	(4)
Efektivitas Program Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kecamatan Sungai Sembilan Kota Dumai	Mengetahui Efektivitas Program Pemberdayaan UMKM dan menganalisis Dampak Program Pemberdayaan UMKM terhadap peningkatan pendapatan UMKM di Kecamatan Sungai Sembilan Kota Dumai	Metode penelitian kualitatif dengan loksai penelitian UMKM Wilayah Kecamatan Sungai Sembilan Kota Dumai	Masyarakat yang masih ada belum memahami dari program pemberdayaan UMKM, belum tepat sasaran, ketepatan waktu kurang baik
Efektivitas Program Kemitraan KANUN CSR Pertamina Integrated Terminal Pontianak dalam UMKM Kampung Tenun	Memperoleh gambaran empirik mengenai efektivitas program kemitraan CSR meliputi: 1) Pemahaman Program, 2) Ketepatan Sasaran, 3) Ketepatan Waktu, 4) Ketercapaian Tujuan, dan 5) Perubahan nyata	Metode kuantitatif survei deskriptif dengan sumber data primer dan sumber data sekunder. Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan sampel sensus	Hasil penelitian menunjukkan bahwa program kemitraan Kanun CSR PT Pertamina IT Pontianak berjalan sangat efektif dengan nilai rata-rata sebesar 4.25
Efektivitas Program Tuka-Tuku Purbalingga dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kabupaten Purbalingga	Menganalisis Efektivitas Program Tuka-tuku dalam Mengembangkan UMKM oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Purbalingga	Metode penelitian kualitatif deskriptif	Pelaksanaan Program Tuka Tuku Purbalingga cukup efektif dalam mengembangkan pelaku UMKM. Faktor pendorong Efektivitas dalam Pengembangan UMKM adalah Karakteristik Organisasi, dan karakteristik pekerja

Tabel 3. Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

(1)	(2)	(3)	(4)
Analisis Swot Dan Keuangan Umkm Dalam Rangka Pengembangan Ekonomi Masyarakat	Mengetahui faktor kekuatan dan peluang kerajinan tas dan keuangan terutama mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang pembukuan sederhana.	Metode Sosialisasi, Workshop, wawancara, dan dokumentasi dan evaluasi dengan menggunakan kuisioner	Secara keseluruhan, 75% atau setara tiga belas pengrajin mitra memahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pembuatan kerajinan tas rajut ini. Hasilnya adalah peningkatan penjualan, terutama dari luar kelurahan kassi; bisnis kecil dan menengah (UMKM) belajar menggunakan buku kas dan pembukuan sederhana.
Analisis SWOT dan Business Model Canvas (BMC) Sebagai Solusi dalam Menentukan Strategi Pengembangan Usaha Kuliner	Menentukan Strategi Pengembangan Usaha Kuliner	pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Teknik analisis yaitu analisis SWOT dan pemetaan bisnis dengan menggunakan Business Model Canvas (BMC).	Melalui analisis BMC ditemukan bahwa usaha nasi goreng "Miroso" masih lemah dalam hal promosi online dan mitra bisnis, sehingga bisnis ini perlu memperbaiki elemen channel (saluran) untuk bermitra dengan layanan pesan antar online seperti go food, grab food, maxim, dll. untuk memperluas jangkauan pasar.
Efektivitas Program Pendampingan Usaha Mikro Kecil Menengah Sektor Makanan Dalam Masa Pandemi Covid 19 Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Jakarta	Mengetahui efektivitas program pendampingan masyarakat melalui pendampingan usaha mikro dalam peningkatan kesejahteraan para pedagang bakso di Jakarta yang sedang dilaksanakan oleh Dompok Dhuafa.	metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, dengan responden berjumlah 50	program pendampingan kelompok dalam pembentukan komunitas yang solid akan sangat membantu pengembangan usaha para UMKM, peningkatan kapasitas UMKM, juga efektif untuk meningkatkan motivasi berwirausaha dan pengetahuan; sedangkan program bantuan pembiayaan sangat membantu UMKM sebagai modal tetapi bukan bersifat jangka panjang

Tabel 3. Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

(1)	(2)	(3)	(4)
Strategi Pengembangan Umkm Melalui Analisis Swot dan Usaha Gorengan Di Lokasi Wisata Juma Bakal Desa Dokan)	menganalisa dengan kelemahan, ancaman atau peluang (Studi Pada analisis (SWOT) dalam suatu usaha UMKM sehingga dapat tercapai efektivitas dan efisiensi dalam suatu usaha.	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Data dianalisis dengan menggunakan SWOT dengan analisis terhadap faktor internal dan eksternal.	Hasil dari analisis SWOT UMKM usaha gorengan di Juma Bakal Desa Dokan terindikasi terletak pada Kuandran II yaitu Strengh-Threat, pada kuadaran ini terdapat strategi yang dapat diambil yaitu Dalam menyikapi kenaikan harga bahan baku di upayakan tidak mempengaruhi kualitas produk.
Efektifitas Program Palembang Go-Digital Bagi Pelaku UMKM di Masa Pandemi Covid-19	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keefektifan pelaksanaan Program GoDigital bagi pelaku UMKM di masa pandemi covid-19 dan faktor pendukung serta penghambat pelaksanaan program	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan Teknik wawancara, observasi dan dokumentasi	Hasil Penelitian menunjukkan program ini belum efektif. Analisis faktor pendukung menunjukkan program ini memberikan kemudahan bagi pelaku usaha, sehingga dukungan datang dari pelaku usaha yang antusias dengan program ini, tetapi penelitian menunjukkan bahwa ada beberapa penghalang. Ini termasuk kurangnya sosialisasi, kurangnya penguasaan pelaku UMKM terhadap teknologi, pengurangan anggaran program akibat pandemi, kekurangan tenaga kerja, dan kurangnya minat konsumen terhadap media online seperti website yang digunakan

Tabel 3. Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

(1)	(2)	(3)	(4)
Analisis Swot sebagai Strategi dalam Membantu Perekonomian Umkm Jasa Konveksi @Anfcreative. Id di Era Pandemi	Mengetahui Strategi Membantu Perekonomian Sektor UMKM Era Pandemi	Penelitian dalam ini menggunakan metode kualitatif deskriptif Di SWOT	Hasil skor nilai tertinggi yakni berada pada strategi SO yang memiliki nilai 6,4 kemudian disusul oleh strategi ST memiliki nilai 5,6 Strategi WO mengikuti dengan skor 5,5, dan strategi WT adalah yang paling akhir dengan skor 4,7
Analisis Swot Untuk Pengembangan Bisnis Kuliner (Studi Kasus Pada Papat Food Purwakarta)	Menganalisis faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal yang ada sehingga dapat menentukan strategi yang tepat	Analisis menggunakan analisis SWOT	data skor faktor internal sebesar 3,57 dan total skor faktor eksternal sebesar 3,73 dimana dari skor yang didapatkan termasuk ke dalam Kuadran 1