

PENENTUAN STRATEGI *SUSTAINABILITY* USAHA PADA UKM KULINER DENGAN MENGGUNAKAN METODE SWOT - AHP

Sigit Setiyadi¹, Kifayah Amar², Taufiq Aji³

Abstrak: Suatu metode untuk menentukan strategi *sustainability* bagi UKM kuliner adalah dengan mengumpulkan informasi mengenai faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan faktor ancaman yang dihadapi UKM kuliner, baik informasi pada masa sekarang maupun dimasa yang akan datang. Berdasarkan informasi ini UKM kuliner harus menentukan suatu strategi sebagai alternatif strategi *sustainability* yang harus diterapkan. Tujuan dari penentuan strategi *sustainability* ini adalah untuk mengambil keuntungan dari adanya faktor kekuatan dan peluang, memperkuat faktor kelemahan dan mengembangkan pertahanan terbaik dari faktor ancaman. Penentuan strategi *sustainability* belum tentu merupakan strategi yang terbaik dan sesuai dengan tujuan yang ada pada UKM kuliner, sehingga muncul permasalahan untuk menentukan strategi *sustainability* yang paling baik. Oleh karena itu, dalam penelitian ini digunakan penggabungan metode SWOT dan AHP untuk membandingkan alternatif strategi *sustainability* yang ada. Adapun strategi *sustainability* yang ada pada penelitian ini mencakup strategi membuka cabang lokal, membuka cabang luar daerah, kemitraan saham sebagian, dan strategi kemitraan saham keseluruhan. Dalam penelitian ini yang menjadi prioritas utama dalam pengembangan bisnis untuk mencapai *sustainability* adalah strategi dengan membuka cabang luar daerah yaitu dengan nilai akhir bobot prioritas tingkat evaluasi keseluruhan tertinggi sebesar: 3.413.

Kata kunci: *sustainability*, SWOT, AHP, UKM.

Pendahuluan

Dalam menjalankan suatu usaha pada era perekonomian yang sangat kompleks seperti sekarang ini, seorang wirausahawan harus mampu menghadapi tantangan dan persaingan yang semakin ketat. Seorang wirausahawan dituntut untuk mempertahankan keberlangsungan usaha yang dijalankannya dengan baik. Seorang wirausahawan adalah seorang yang memiliki keahlian untuk menawarkan ide hingga komoditas, baik berupa produk atau jasa dan dengan kreativitasnya, wirausahawan harus dapat beradaptasi dengan berbagai situasi dan kondisi lingkungan, sehingga pengusaha akan mampu menghadapi tantangan dan persaingan yang semakin ketat dalam mempertahankan keberlangsungan usaha yang dijalankannya. Seorang wirausahawan harus mampu berkomunikasi dan menguasai beberapa elemen kecakapan manajerial, serta mengetahui teknik menjual yang strategis mulai dari pengetahuan tentang produk, ciri khas produk dan

¹ Jurusan Teknik Industri, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Jalan Adi Sucipto no. 1, Yogyakarta, 55281, Indonesia
Email: sigit_setiyadi@yahoo.com

² Jurusan Teknik Industri, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Jalan Adi Sucipto no. 1, Yogyakarta, 55281, Indonesia
Email: kifayah@uin-suka.ac.id

³ Jurusan Teknik Industri, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Jalan Adi Sucipto no. 1, Yogyakarta, 55281, Indonesia
Email: ajiq5@yahoo.com

daya saing produk terhadap produk sejenis dengan baik. Sebelum akhirnya pengusaha mampu memasarkan produk yang telah dihasilkan oleh perusahaannya dengan baik dan produk tersebut mampu bertahan meskipun dengan persaingan yang ketat.

Guna menjamin kualitas baik produk, pelayanan maupun manajemennya, tidak jarang sebuah usaha membeli semacam perjanjian untuk menjual produk atau jasa dari pemilik usaha lain yang biasa disebut franchise. Franchise atau waralaba merupakan sebuah konsep bisnis atau strategi yang diyakini dapat mempertahankan perusahaan dalam persaingan global sekarang ini. Akan tetapi untuk mewujudkan hal tersebut perusahaan haruslah mampu untuk mengetahui situasi eksternal dan internal yang ada, sehingga nantinya keberlangsungan perusahaan bisa tetap dalam kondisi yang baik.

Mengingat tingkat persaingan perusahaan semakin ketat, maka untuk mengantisipasi hal tersebut, banyak perusahaan menata ulang strategi persaingannya dengan melakukan kajian terhadap tujuan strategi perusahaan. Dasar yang dijadikan sebagai langkah tersebut adalah kebutuhan pasar, perbandingan dengan perusahaan yang memiliki kinerja terbaik dan juga yang tidak kalah penting melakukan evaluasi yang intens terhadap kompetensi internal maupun eksternal perusahaan itu sendiri. Dengan demikian perusahaan tersebut akan tetap bertahan di ranah persaingan yang makin ketat seperti sekarang ini dan bahkan dapat dengan mudah untuk memperluas usahanya.

Metodologi

Franchise atau sering disebut juga dengan istilah waralaba adalah suatu cara melakukan kerjasama di bidang bisnis antara 2 (dua) atau lebih perusahaan, di mana 1 (satu) pihak akan bertindak sebagai *franchisor* dan pihak yang lain sebagai *franchisee*, di mana di dalamnya diatur bahwa pihak-pihak *franchisor* sebagai pemilik suatu merek memberikan hak kepada *franchisee* untuk melakukan kegiatan bisnis dari/atas suatu produk barang atau jasa, berdasar dan sesuai rencana komersil yang telah dipersiapkan, diuji keberhasilannya dan diperbaharui dari waktu ke waktu, baik atas dasar hubungan yang eksklusif ataupun non-eksklusif, dan sebaliknya suatu imbalan tertentu akan dibayarkan kepada *franchisor* sehubungan dengan hal tersebut (Fuady, 2005).

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan (Rangkuti, 2009). Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*).

AHP merupakan salah satu metode untuk membantu menyusun suatu prioritas dari berbagai pilihan dengan menggunakan beberapa kriteria (*multi criteria*). Karena sifatnya yang multi kriteria, AHP cukup banyak digunakan dalam penyusunan prioritas. Di samping bersifat multi kriteria, AHP juga didasarkan pada suatu proses yang terstruktur dan logis. (Susila dkk., 2007)

Mengambil rata-rata geometrik dari penilaian perorangan merupakan satu cara untuk memecahkan tidak tercapainya consensus atas nilai setelah perdebatan dan pada saat penentuan prioritas tidak semua orang yang menjadi responden dapat hadir. Adapun rumus dari geometric mean tersebut adalah:

$$G = \sqrt[n]{x_1 \times x_2 \times x_3 \times \dots \times x_n} \quad \dots (1)$$

atau

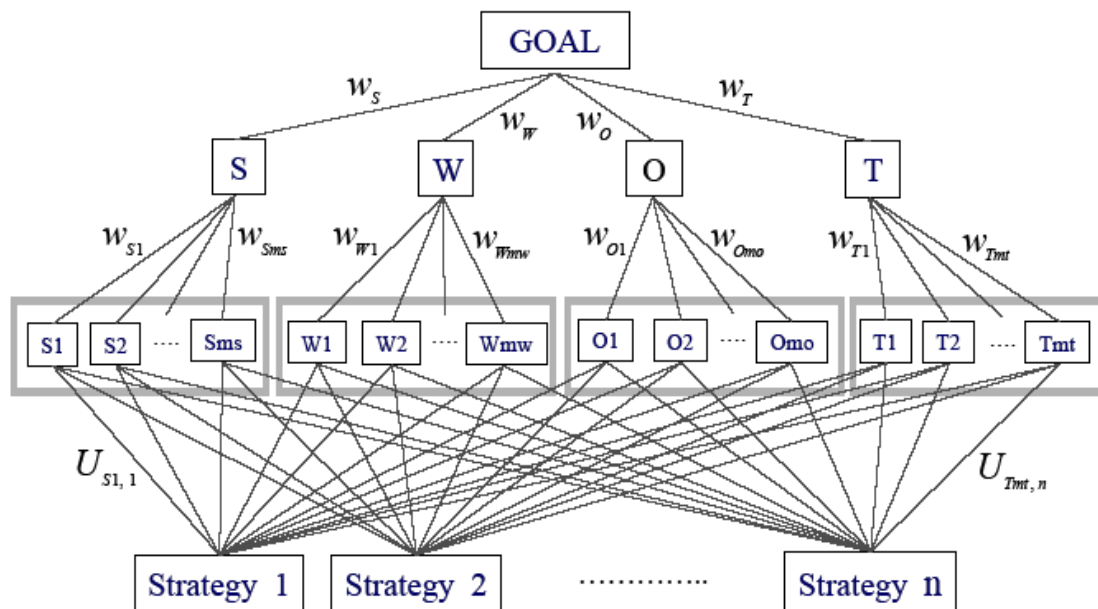
$$\log G = \frac{\log x_1 + \log x_2 + \log x_3 + \dots + \log x_n}{n} \quad \dots (2)$$

Di mana: G = antilog (log G)
 G = rata-rata geometrik
 x_i = data ke-i
 n = banyak data.

Sumber : Kusdiarto (2009)

Kombinasi faktor SWOT-AHP adalah suatu penggunaan struktur hirarki untuk proses perencanaan strategis berdasarkan studi SWOT, serta adanya penggunaan teknik kuantitatif untuk memperkirakan nilai efisiensi strategi ideal untuk masing-masing strategi yang diusulkan (Osuna, et. al. 2007).

Struktur hierarki tersusun atas empat tingkat, yaitu Tingkat pertama, adalah tujuan yang harus dicapai, tingkat kedua adalah terdiri atas empat kelompok faktor teknik SWOT yaitu Kekuatan (S), Kelemahan (W), Peluang (O) dan Ancaman (T), Tingkat ketiga adalah didasari oleh faktor-faktor yang termasuk dalam anggota dari empat kelompok dari tingkat sebelumnya yaitu Kekuatan (S), Kelemahan (W), Peluang (O) dan Ancaman (T) dan tingkat keempat didasari oleh strategi yang harus dievaluasi dan dibandingkan (Osuna, et. al. 2007). Sebuah gambar representasi hierarki disajikan dalam gambar 1.



Gambar 1. Representasi Hirarki dari kombinasi SWOT-AHP (Sumber : Osuna et. al (2007))

Ket. Gambar :

(W_S, W_W, W_O, W_T) = *Relative importance* dari masing-masing kelompok faktor (S, W, O dan T) untuk mencapai pertumbuhan dan pengembangan organisasi

$(W_{S1}, W_{S2}, \dots, W_{Sms}) = \text{Relative importance}$ dari anggota faktor Kekuatan (S1, S2, ..., Sms).

$(W_{W1}, W_{W2}, \dots, W_{Wmw}) = \text{Relative importance}$ dari anggota faktor kelemahan (W1, W2, ..., Wmw).

$(W_{O1}, W_{O2}, \dots, W_{Omo}) = \text{Relative importance}$ dari anggota faktor peluang (O1, O2, ..., Omo).

$(W_{T1}, W_{T2}, \dots, W_{Tmt}) = \text{Relative importance}$ dari anggota faktor ancaman (T1, T2, ..., Tmt).

Untuk j : strategi ($j = 1, 2, \dots, n$)

$U_{Si,j}$: Efisiensi Strategi j dalam mengambil keuntungan dari faktor kekuatan Si ($i = 1, 2, \dots, ms$)

$U_{wi,j}$: Efisiensi Strategi j dalam mengurangi efek dari faktor kelemahan Wi ($i = 1, 2, \dots, mw$)

$U_{Oi,j}$: Efisiensi Strategi j dalam mengambil keuntungan dari faktor peluang Oi ($i = 1, 2, \dots, mo$)

$U_{Ti,j}$: Efisiensi Strategi j dalam menghadapi faktor ancaman Ti ($i = 1, 2, \dots, mt$)

Oleh karena itu jika V_j adalah nilai evaluasi keseluruhan dari strategi ($j = 1, 2, \dots, n$) maka rumus umum yang dipakai adalah:

$$V_j = W_S \sum_{i=1}^{i=ms} W_{Si} U_{Si,j} + W_W \sum_{i=1}^{i=mw} W_{Wi} U_{Wi,j} + W_O \sum_{i=1}^{i=mo} W_{Oi} U_{Oi,j} + W_T \sum_{i=1}^{i=mt} W_{Ti} U_{Ti,j}$$

Sumber : Osuna et. Al. (2007, hal. 3)

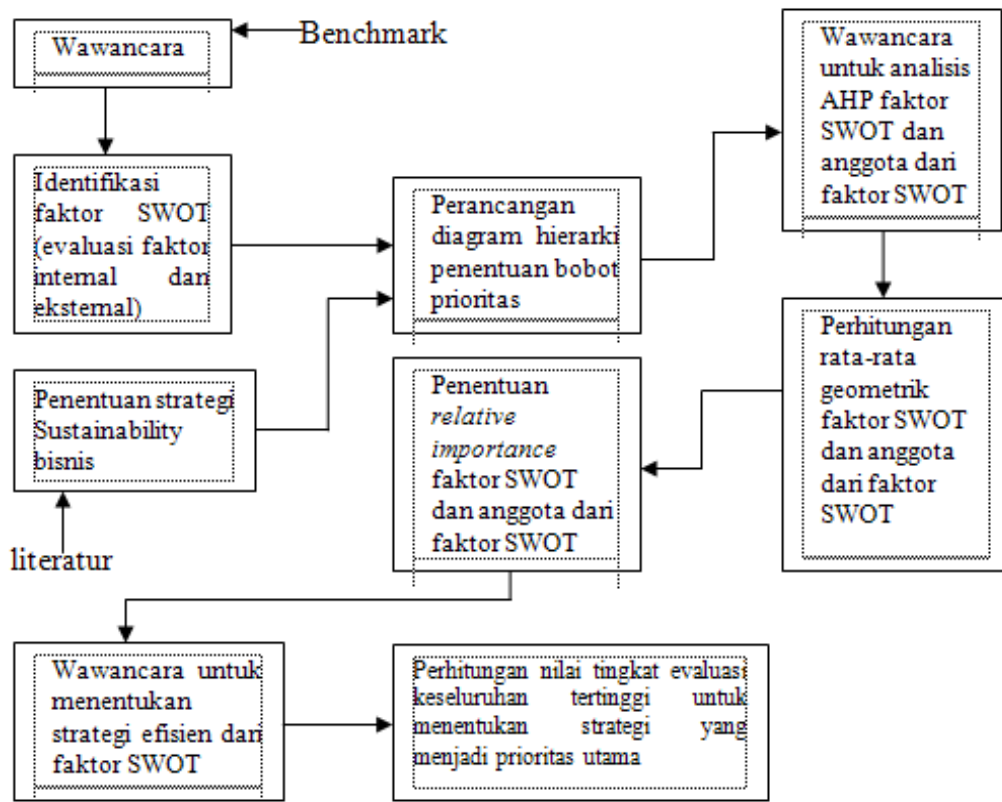
Dari rumus diatas selanjutnya dilakukan perhitungan agar diperoleh strategi dengan nilai tingkat evaluasi keseluruhan tertinggi, dimana nilai tingkat evaluasi keseluruhan tertinggi tersebut akan dijadikan prioritas kedepan dalam perencanaan dan pengembangan organisasi/UKM kuliner.

Hasil dan Pembahasan

Kerangka berpikir ataupun formulasi pembahasan merupakan pokok daripada langkah-langkah yang dilakukan dalam inti dari penelitian ini. Berbagai langkah-langkah tersebut dijelaskan melalui bagan gambar 2.

Berdasarkan kerangka berpikir, bahwa dalam penelitian ini menitikberatkan proses pengambilan keputusan berdasarkan hasil perhitungan efisiensi strategi global. Disamping itu, dijabarkan bahwa pada penelitian diawali dengan melakukan metode survei/benchmarking ke pelaku usaha (serta pendapat pakar (pemilik usaha). Selanjutnya dilakukan proses wawancara mengenai keberlanjutan suatu usaha dalam mengembangkan usahanya, dan proses identifikasi faktor SWOT untuk evaluasi internal dan eksternal perusahaan. Selain itu, juga adanya sumber literature (Ekotama, 2008) sebagai perbandingan untuk menyusun strategi *sustainability* bisnis. Dari data identifikasi faktor SWOT (evaluasi internal dan eksternal) dan strategi *sustainability*, digabungkan dalam diagram hierarki penentuan bobot prioritas. Kemudian pembuatan kuesioner AHP untuk analisis AHP dan kuesioner untuk penentuan strategi efisien dari faktor SWOT. Selanjutnya dilakukan penyebaran kuesioner. Kuesioner disebarkan kepada pengambil

keputusan yakni pakar/pemilik usaha, salah satu pelaku usaha tersebut adalah Kiken Soup. Langkah selanjutnya, pengolahan hasil dengan metode AHP yang diambil bobot prioritas menggunakan *geometric mean* untuk menentukan *relative importance* faktor SWOT dan anggota faktor SWOT. Selanjutnya dari hasil *relative importance* dan hasil kuesioner strategi efisien dilakukan perhitungan nilai evaluasi keseluruhan dari strategi untuk menentukan strategi yang menjadi prioritas utama dalam pengembangan bisnis/UKM kuliner.



Gambar 2. *Frame Work* atau Formulasi Pembahasan

Pengolahan penentuan strategi *sustainability* dengan metode SWOT-AHP

Dari hasil wawancara diperoleh identifikasi faktor SWOT (evaluasi internal dan eksternal) dan dari hasil kuesioner AHP diperoleh bobot prioritas menggunakan *geometric mean* untuk menentukan *relative importance*. Selanjutnya dari hasil kuesioner strategi efisien diperoleh nilai skala dari strategi efisien.

Langkah-langkah pengolahan

Pengolahan penentuan strategi *sustainability* dengan metode SWOT-AHP adalah sebagai berikut:

1. Metode SWOT
 - a. Mengidentifikasi faktor SWOT
 - b. Evaluasi internal dan eksternal SWOT
2. Penentuan strategi *sustainability*
3. Penyusunan diagram hierarki bobot prioritas SWOT-AHP
4. Metode AHP
 - a. Menentukan jenis kriteria yang akan digunakan.

- b. Menyusun kriteria-kriteria tersebut ke dalam matrik berpasangan.
- c. Normalisasi, langkah selanjutnya setelah merumuskan kriteria kedalam matrik diatas adalah normalisasi.
- d. Menentukan Eigen Value.
- e. Menghitung nilai lamda (λ)
- f. Menghitung *consistency index* (CI)
- g. Perhitungan konsistensi.
Perhitungan konsistensi ini adalah menghitung penyimpangan dari konsistensi nilai, dari penyimpangan ini disebut Indeks Konsistensi.

Perhitungan bobot prioritas diambil dari data jawaban kuisisioner responden yang telah dicari dengan perhitungan AHP. Penilaian dilakukan oleh beberapa partisipan yang akan menghasilkan pendapat yang berbeda satu sama lain, hasil geometric mean yaitu sebagai berikut :

2. Relative importance faktor SWOT

Relative importance faktor SWOT adalah hasil perhitungan dari geometrik mean untuk faktor SWOT dari keempat responden dengan nilai pada tabel 1.

Tabel 1 *Relative importance*

Kelompok Faktor	<i>Relative importance</i> (W_S, W_W, W_O, W_T)
STRENGTHS	0.32583
WEAKNESSES	0.08461
OPPORTUNITIES	0.26306
THREATS	0.15079

3. Relative importance dalam kelompok faktor

Relative importance dalam kelompok faktor adalah hasil perhitungan dari geometrik mean setiap anggota dari faktor SWOT dari keempat responden dengan nilai pada tabel-2 hingga tabel 5 :

Tabel 2 *Relative importance* dalam kelompok faktor *Strengths*

STRENGTHS	S1	S2	S3	S4
	Produk berciri khas	Lokasi Usaha	Kecepatan pelayanan	Prospek usaha
W_{Si}	0.35478	0.29999	0.10739	0.23341

Tabel 3 *Relative importance* dalam kelompok faktor *Weaknesses*

WEAKNESSES	W1	W2	W3	W4
	Kondisi tempat usaha	Relasi bisnis	Kompetensi SDM	Administrasi perusahaan
W_{Wi}	0.20623	0.18359	0.52764	0.08151

Tabel 4 *Relative importance* dalam kelompok faktor *Opportunity*

OPPORTUNITY	O1	O2	O3
	Peluang Pasar	Peluang Promosi	Peluang Pengembangan produk baru
W_{Oi}	0.29419	0.15942	0.53812

Tabel 5 *Relative importance* dalam kelompok faktor *Threats*

Threats	T1	T2	T3
	Pendatang baru	Biaya tempat	Bahan baku
W_{Ti}	0.10115	0.32141	0.5743

4. Efisiensi strategi dalam setiap faktor SWOT

Berikut ini adalah tabel hasil kuesioner dengan menggunakan skala 0 sampai 5 dengan 5 adalah nilai tertinggi yang di berikan oleh responden pertama dari ke-empat responden yang ada dalam penelitian ini :

$U_{Si,j}$	Efisiensi strategi pada faktor <i>Strength</i>			
strategi	Produk berciri khas (S1)	Lokasi Usaha (S2)	Kecepatan pelayanan (S3)	Prospek usaha (S4)
Membuka cabang lokal	5	5	5	5
Membuka cabang luar daerah	4	5	5	5
Kemitraan saham sebagian	4	4	5	5
Kemitraan saham keseluruhan	5	4	5	5

$U_{wi,j}$	Efisiensi strategi pada faktor <i>Weakness</i>			
Strategi	Kondisi tempat usaha (W1)	Relasi bisnis (W2)	Kompetensi SDM (W3)	Administrasi perusahaan (W4)
Membuka cabang lokal	5	2	3	2
Membuka cabang luar daerah	5	3	4	3
Kemitraan saham sebagian	4	5	4	4
Kemitraan saham keseluruhan	4	5	5	5

$U_{oi,j}$	Efisiensi strategi pada faktor <i>Opportunity</i>		
Strategi	Pasar (O1)	Promosi (O2)	Pengembangan produk baru (O3)
Membuka cabang lokal	5	3	4
Membuka cabang luar daerah	5	4	4
Kemitraan saham sebagian	5	5	5
Kemitraan saham keseluruhan	5	5	5

$U_{Ti,j}$	Efisiensi strategi pada faktor <i>Threat</i>		
Strategi	Pendatang baru (T1)	Biaya tempat (T2)	Bahan baku (T3)
Membuka cabang lokal	2	5	3
Membuka cabang luar daerah	3	5	4
Kemitraan saham sebagian	3	3	3
Kemitraan saham keseluruhan	3	2	3

Dari hasil pengolahan data diperoleh nilai prioritas dari setiap strategi yang akan diprioritaskan dalam pengembangan dan pertumbuhan UKM untuk mencapai *sustainability* usaha. Dalam penelitian ini nilai prioritas strategi yang ada disebut juga sebagai *global evulation of strategies* dengan rumus sebagai berikut :

$$V_j = W_S \sum_{i=1}^{i=ms} W_{Si} U_{Si,j} + W_W \sum_{i=1}^{i=mw} W_{Wi} U_{Wi,j} + W_O \sum_{i=1}^{i=mo} W_{Oi} U_{Oi,j} + W_T \sum_{i=1}^{i=mt} W_{Ti} U_{Ti,j}$$

$$V_j = 0.3258 \sum_{i=1}^{i=ms} W_{Si} U_{Si,j} + 0.0846 \sum_{i=1}^{i=mw} W_{Wi} U_{Wi,j} + 0.2630 \sum_{i=1}^{i=mo} W_{Oi} U_{Oi,j} + 0.1507 \sum_{i=1}^{i=mt} W_{Ti} U_{Ti,j}$$

Sedangkan hasil pembahasan *global evulation of strategies* seperti yang ada pada tabel 6.

Tabel 6. *Global Evulation of Strategies*

Global Evulation of Strategies				
Strategi	Responden 1 (Kiken Soup)	Responden 2 (Jogja Chicken)	Responden 3 (Alaska)	Responden 4 (Beverly Hills)
Membuka cabang lokal	3.42354	3.46528	3.11109	3.12079
Membuka cabang luar daerah	3.63440	3.42072	3.31331	3.28349
Kemitraan saham sebagian	3.53544	3.02177	3.16348	2.88944
Kemitraan saham keseluruhan	3.63626	3.13492	3.11502	3.23677

Sebagai nilai akhir bobot prioritas untuk masing-masing strategi, diperoleh dengan cara *mean aritmetik* dari hasil perhitungan *global evulation of strategies* yang diperoleh dari empat responden. Tabel 7 nilai akhir bobot prioritas untuk masing-masing strategi :

Tabel 7 Nilai Akhir bobot prioritas strategi

Strategi	Bobot (jumlah/4)
Membuka cabang lokal	3.280
Membuka cabang luar daerah	3.413
Kemitraan saham sebagian	3.153
Kemitraan saham keseluruhan	3.281

Dari tabel tersebut dapat dilihat bobot hasil *arithmetic mean* setiap strategi. Untuk strategi membuka cabang lokal (bobot = 3.280), strategi membuka cabang luar daerah (bobot = 3.413), strategi kemitraan saham sebagian (bobot = 3.153), strategi kemitraan saham keseluruhan (bobot = 3.281). Strategi yang dipilih ialah strategi membuka cabang luar daerah dengan bobot tertinggi sebesar 3.413.

Kesimpulan

Bedasarkan hasil pengolahan data dan pembahasan yang dilakukan penulis selama penelitian, maka penulis mengambil suatu kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai akhir bobot prioritas tingkat evaluasi keseluruhan dari strategi yang menjadi prioritas utama dalam pengembangan bisnis untuk mencapai sustainability usaha adalah sebesar 3.413
2. Program utama yang harus direalisasikan bagi pengembangan usaha UKM Kuliner dalam pengembangan bisnis untuk mencapai sustainability, jika dimulai dari strategi terbaik yaitu :
 - a. Strategi membuka cabang luar daerah dengan nilai akhir bobot prioritas tingkat evaluasi keseluruhan sebesar 3.413
 - b. Strategi kemitraan saham keseluruhan dengan nilai akhir bobot prioritas tingkat evaluasi keseluruhan sebesar 3.281
 - c. Strategi membuka cabang lokal dengan dengan nilai akhir bobot prioritas tingkat evaluasi keseluruhan sebesar 3.280
 - d. Strategi kemitraan saham sebagian dengan dengan nilai akhir bobot prioritas tingkat evaluasi keseluruhan sebesar 3.153

Dari nilai evaluasi strategi keseluruhan diatas terlihat bahwasanya nilai akhir bobot prioritas tingkat evaluasi keseluruhan dari strategi untuk masing-masing strategi mempunyai nilai yang hampir sama. Oleh karena itu, semua strategi yang ada merupakan prioritas utama dalam rencana pengembangan usaha UKM Kuliner untuk mencapai *sustainability* usaha.

Daftar Pustaka

- Abu-Sarhan, Zahi., 2001. *Application Of Analytic Hierarchy Process (AHP) In The Evaluation and Selection Of an Information System Reengineering Projects*. Applied Science Privat University, CIS Department, Amman, Jordan. IJCSNS International Journal of Computer Science and 172 Network Security, VOL.11 No.1, January 2011.
- Bernstein, Stephen., dan Bernstein, Ruth., 1999. *Elements of Statistics I: Descriptive Statistics and Probability* : The McGraw-Hill Companies.
- BPS. 1999. *Statistical Yearbook of Indonesia 1998*. Jakarta : Biro Pusat Statistik.
- Ekotama, Suryono., 2008, *Cara Gampang Bikin Bisnis Franchise*, Yogyakarta : Media Pressindo.
- Fahmi, Irham., 2010. *Manajemen Risiko Teori, Kasus, dan Solusi*. Bandung : Alfabeta Bandung.
- Fatimah, 2005., Model Analitical Hierarchy Process untuk Menentukan Tingkat Prioritas Alokasi Produk, *Jurnal Sistem Teknik Industri*, Vol. 6, No. 3, Universitas Malikus Saleh.
- Fuady, Munir., 2005, *Pengantar Hukum Bisnis*, Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.
- <http://bisnisukm.com>, akses tanggal 6 Juli 2011.
- <http://www.bakeryindonesiamag.com>, akses tanggal 6 Juli 2011.
- <http://www.MajalahFranchise.com>, akses tanggal 6 Juli 2011.

- <http://www.sumutcyber.com>, akses tanggal 6 Juli 2011.
- Khairandy, Ridwan., *Perjanjian Franchise sebagai Sarana Alih Teknologi*, Pusat Studi Hukum UII Yogyakarta bekerjasama dengan yayasan Klinik Haki Jakarta, 2000.
- Kusumadewi, Sri dkk., 2006. *Fuzzy Multi-Attribute Decision Making (Fuzzy MADM)*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Kusdiarto., Djati. 2009, *Diktat Statistik Ekonomi*, Universitas Budi Luhur Jakarta
- Machfoedz., Mahmud. 2007. *Pengantar Bisnis Modern*. Yogyakarta : Andi.
- Machfoedz., Mas'ud., Mahmud Machfoedz. 2004. *Kewirausahaan (Suatu Pendekatan Kontemporer)*. Yogyakarta : Unit Penerbit dan Percetakan Akademi Manajemen Perusahaan YKPN
- Ngatawi., 2011, "*Studi Kelayakan Franchise Usaha Kecil Menengah (UKM) (Studi kasus pada UKM Kuliner di Yogyakarta)* ",Skripsi S1, UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta
- Osuna, Edgar Elias dan Aranda, Alvaro., 2007. *Combining Swot And Ahp Techniques For Strategic Planning*. Economic journal. Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA) Avenida IESA, San Bernardino, Caracas – Venezuela
- Panggabean, Lydia M., 2005, "*Analisis SWOT terhadap prospek bisnis pada usaha Apotek di kota Sibolga*", skripsi SI, Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Rambe, Denok Almukarromah., 2007, "*Analisis SWOT sebagai strategi meningkatkan daya saing pada PT. Bank negara indonesia (PERSERO) tbk kantor cabang syari'ah Medan*", skripsi S1, Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Rangkuti, Freddy.,2009. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Saaty, T. L., 1993. *Decision Making for Leader: The Analytical Hierarchy Process for Decision in Complex World*, Prentice Hall Coy. Ltd. : Pittsburg.
- Simatupang, Richard Burton., 2003, *Aspek Hukum Dalam Bisnis*, Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Sinaga, Johannes., 2009, "*Penerapan Analytical Hierarchy Process (AHP) dalam pemilihan perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) sebagai tempat kerja mahasiswa Universitas Sumatera Utara (USU)*", skripsi SI, Universitas Sumatera Utara, Medan.
- Sudisman, U., & Sari, A., 1996. *Undang-Undang Usaha kecil 1995 dan Peraturan Perkoperasian*. Jakarta: Mitrainfo.
- Susila, W.R., Ernawati, M., 2007, Penggunaan Analytical Hierarchy Process untuk penyusunan prioritas penelitian, *Jurnal Informatika Pertanian*, Vol. 16 No.2, Surabaya.