

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik pendapatan UKM Bunda	3
Gambar 2.1 Diagram analisis SWOT.....	18
Gambar 2.3 Hierarki model AHP	21
Gambar 3.1 Diagram alir penelitian.....	28
Gambar 4.1 Struktur organisasi UKM Bunda.....	33
Gambar 4.2 Diagram pareto data produk terjual.....	34
Gambar 4.3 Proses pembuatan abon kerang (OPC).....	41
Gambar 4.4 Strategi pemasaran UKM Bunda	47
Gambar 4.5 Matriks faktor internal dan eksternal UKM Bunda.....	48
Gambar 4.6 Matriks SWOT UKM Bunda	52
Gambar 4.7 Kemasan Kertas	53
Gambar 4.8 Kemasan Plastik.....	53
Gambar 4.9 Hirarki keputusan AHP	56

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data pendapatan UKM Bunda	2
Tabel 2.1 Matriks SWOT	16
Tabel 2.2 Skala penilaian perbandingan berpasangan.....	21
Tabel 2.3 Random Index	22
Tabel 3.1 Jadwal penelitian di UKM Bunda	31
Tabel 4.1 Data produk terjual januari 2022	34
Tabel 4.2 Jumlah kebutuhan bahan baku abon kerang	35
Tabel 4.3 Jumlah pemakaian bahan baku abon kerang	36
Tabel 4.4 Jumlah Produksi	36
Tabel 4.5 Biaya tetap produksi.....	39
Tabel 4.6 Biaya Variable Produksi	39
Tabel 4.8 Hasil uji validitas	43
Tabel 4.9 Uji realibilitas data.....	44
Tabel 4.10 Total skor faktor internal kekuatan (S).....	44
Tabel 4.11 Total skor faktor internal kelemahan (W)	45
Tabel 4.12 Total skor faktor eksternal Peluang (O)	45
Tabel 4.13 Total skor faktor eksternal ancaman (T)	46
Tabel 4.14 Peringkat faktor Internal	49
Tabel 4.15 Peringkat faktor Eksternal.....	50
Tabel 4.16 Rangkuman strategi.....	54
Tabel 4.17 Matriks perbandingan SO	56
Tabel 4.18 Matriks perbandingan WO.....	57
Tabel 4.19 Matriks perbandingan ST.....	58
Tabel 4.20 Matriks perbandingan WT	59
Tabel 4.21 Rekapitulasi AHP.....	60
Tabel 4.22 Perioritas strategi.....	61

Lampiran

Lampiran 1 Kuesioner SWOT

PENENTUAN BOBOT DAN RATING

Perkenalkan saya memperkenalkan diri :

Nama : Bonefasius Sukaria

NBI : 1411800025

Mahasiswa : Teknik Industri Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dalam rangka penyusunan tugas akhir saya yang berjudul : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA UKM BUNDA DI KEDUNG COWEK SURABAYA, saya memerlukan bantuan Bapak/Ibu untuk bersedia mengisi Kuesioner dan memberikan tanggapan atas pernyataan-pernyataan berikut ini. Hasil dari kuesioner ini digunakan sebagai data yang dapat menunjang selesainya tugas akhir ini.

Semua jawaban tanggapan dari bapak/ibu atas pernyataan-pernyataan yang saya ajukan pada kuesioner ini, saya jaga kerahasiannya dan data ini saya gunakan untuk kepentingan tugas akhir semata. Oleh karena itu saya sangat mengharapkan bapak/ibu memberikan tanggapan atau pendapat sesuai dengan kondisi yang ada.

Atas kesediaan Bapak/Ibu meluangkan waktu untuk membaca, memberikan tanggapan dan mengisi kuesioner ini saya mengucapkan terimakasih atas partisipasinya dalam menyelesaikan tugas akhir saya ini.

1. Petunjuk

Cara menanggapi pernyataan Bapak/Ibu cukup memberikan tanda '√' (centang) salah satu kemungkinan jawaban ada lima (5) pilihan pendapat dalam satu pernyataan yang disediakan yaitu pendapat dengan skor paling rendah sampai pendapat skor paling tinggi, ada lima pilihan pendapat dalam suatu pernyataan jawaban untuk kuisisioner menurut Rensis Linkert tahun 1932, yaitu (Mawardi 2019) :

Kenyataan (bobot)	Harapan (rating)
1. Sangat tidak setuju (STS)	1. Sangat tidak penting (STP)
2. Tidak Setuju (TS)	2. Tidak penting (TP)
3. Cukup setuju/ragu-ragu (CS)	3. Cukup penting (CP)
4. Setuju (S)	4. Penting (P)
5. Sangat setuju (SS)	5. Sangat penting (SP)

No.	Pernyataan	Kenyataan (bobot)					Harapan (rating)				
		STS	TS	CS	S	SS	STP	TP	CP	P	SP
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1.	Kekuatan										
1.	Kualitas produk yang renyah										
2.	Harga yang terjangkau										
3.	Kemasan produk menarik										
4.	Produk beberapa varian										
5.	Semangat dari lingkungan sekitar										
6.	Kemampuan bersosialisasi pemilik UKM										
2.	Kelemahan										
1.	Kepercayaan antar pemilik dan pekerja kurang										
2.	Produk yang mudah rapuh										
3.	Tidak mempunyai biaya promosi										
4.	Tidak mempunyai brosur atau katalog										
5.	Kemampuan bersosialisasi untuk pemasaran kurang										
6.	Kinerja sumber daya manusia yang masih kurang										
Sumber (Juansah, Rahmah, and Ardiansah 2020)											
3.	Peluang										
1.	Pengembangan kawasan wisata										

2.	Pertumbuhan ekonomi yang semakin membaik										
3.	Kemajuan teknologi dan informasi										
4.	Kebijakan pemerintah yang mendorong kemajuan UKM										
5.	Adanya pangsa pasar yang potensial										
6.	Permintaan yang semakin meningkat										
4.	Ancaman										
1.	Harga bahan baku yang tidak tetap										
2.	Adanya pesaing baru dengan usaha sejenis										
3.	Konsumen sensitif terhadap harga										
4.	Produk baru sejenis yang lebih inovatif										
5.	Tidak melakukan pengemasan dengan baik										
6.	Kualitas bahan baku tidak sesuai dengan harapan										
Sumber (Novia, Saiful, and Utomo 2021)											

Lampiran 2 kuesioner AHP**PENENTUAN TINGKAT KEPENTINGAN**

Perkenankan saya memperkenalkan diri :

Nama : Bonefasius Sukaria

NBI : 1411800025

Mahasiswa: Teknik Industri Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dalam rangka penyusunan tugas akhir saya yang berjudul : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA UKM BUNDA DI KEDUNG COWEK SURABAYA, saya memerlukan bantuan Bapak/Ibu untuk bersedia mengisi Kuesioner dan memberikan tanggapan atas pernyataan-pernyataan berikut ini. Hasil dari kuesioner ini digunakan sebagai data yang dapat menunjang selesainya tugas akhir ini.

Semua jawaban tanggapan dari bapak/ibu atas pernyataan-pernyataan yang saya ajukan pada kuesioner ini, saya jaga kerahasiannya dan data ini saya gunakan untuk kepentingan tugas akhir semata. Oleh karena itu saya sangat mengharapkan bapak/ibu memberikan tanggapan atau pendapat sesuai dengan kondisi yang ada.

Atas kesediaan Bapak/Ibu meluangkan waktu untuk membaca, memberikan tanggapan dan mengisi kuesioner ini saya mengucapkan terimakasih atas partisipasinya dalam menyelesaikan tugas akhir saya ini.

1. Petunjuk

Untuk menyamakan pemahaman dan prosedur, maka peneliti sampaikan kepada Responden petunjuk pengisian kuisisioner pembobotan ini:

1. Pembobotan dilakukan dengan matriks perbandingan berpasangan, yaitu membandingkan kriteria penelitian di sebelah kiri dengan kriteria di sebelah kanan. Pemberian nilai terhadap setiap indikator kinerja dengan skala 1 sampai dengan 9.
2. Kolom penelitian di sebelah kiri (kolom sama penting (1) ke kiri) digunakan jika kriteria atau indikator sebelah kiri mempunyai derajat lebih tinggi. Sebaliknya, kolom penilaian di sebelah kanan (kolom sama penting (1) ke kanan) digunakan jika kriteria atau indikator sebelah kanan mempunyai derajat lebih tinggi.
3. Responden diminta melingkari atau memberi tanda (x) pada angka yang sesuai dengan arti penilaian sebagai berikut:
skala penilaian perbandingan berpasangan

Tabel skala penilaian perbandingan berpasangan

Intensitas pentingnya	Defenisi	Penjelasan
1	Kedua elemen sama pentingnya	Dua elemen menyumbang-nya sama bar pada kriteria yang ada
3	Elemen yang satu sedikit lebih penting ketimbang yang lainnya	Pengalaman dan pertimbangan sedikit mendukung satu elemen atas yang lainnya
5	Elemen yang satu esensial atau sangat penting ketimbang elemen yang lainnya	Pengalaman dan pertimbangan dengan kuat mendukung satu elemen atas elemen yang lainnya
7	Satu elemen jelas lebih penting dari elemen yang lainnya	Satu elemen dengan kuat didukung dan didominasinya yang telah terlihat dalam praktek
9	Satu elemen mutlak lebih penting ketimbang elemen yang lainnya	Bukti yang mendukung elemen yang lainnya memiliki tingkat penegasan tertinggi yang mungkin menguatkan
2, 4, 6, 8	Nilai-nilai diantara dua pertimbangan yang berdekatan	Kompromi diperlukan antara dua pertimbangan

(sumber Saaty (1980) (Hardiyansyah, Ikhwana, and Kurniawati 2015))

Contoh pengisian kuisioner :

kriteria	Penilaian			Kriteria
A	9 8 7 6 5 4 3 2	1	2 3 4 5 6 7 8 9	B
A	9 8 6 5 4 3 2	1	2 3 4 5 6 7 8 9	C
B	9 8 7 6 5 4 3 2	1	2 3 4 5 6 7 8 9	C

Sumber (Lhokseumawe et al. 2020)

Keterangan :

- | | |
|---------------------------|-------------------------|
| 1. Sama pentingnya | 7. . jauh lebih penting |
| 3. Sedikit lebih penting | 9. mutlak lebih penting |
| 5. lebih penting daripada | |

Arti pengisian diatas adalah :

1. A pada tingkat kepentingan sedikit lebih penting daripada A
2. A pada tingkat jauh lebih penting daripada C
3. B berada pada tingkatan mutlak lebih penting dari C

Kriteria	Penilaian	Kriteria
SO		
Menggunakan teknologi dan informasi melalui website marketing untuk mempromosikan produk UKM. (A-1)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Melakukan kerja sama dengan tempat-tempat wisata agar sesuai dengan daya beli konsumen dengan membuat inovasi varian rasa produk yang belum dimiliki. (A-2)
WO		
Membangun kepercayaan antar pekerja melalui pelatihan-pelatihan keterampilan yang diadakan oleh pemerintah. (B-1)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Menggunakan Instagram dan WhatsApp sebagai media pemasaran seiring dengan pangsa pasar yang potensial. (B-2)
Membangun kepercayaan antar pekerja melalui pelatihan-pelatihan keterampilan yang diadakan oleh pemerintah. (B-1)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Memaksimalkan mutu dan kualitas SDM melihat permintaan yang semakin meningkat. (B-3)
Membangun kepercayaan antar pekerja melalui pelatihan-pelatihan keterampilan yang diadakan oleh pemerintah. (B-1)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Memanfaatkan kemajuan teknologi dan informasi sebagai media promosi agar volume penjualan meningkat. (B-4)
Menggunakan Instagram dan WhatsApp sebagai media pemasaran seiring dengan pangsa pasar yang potensial. (B-2)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Memaksimalkan mutu dan kualitas SDM melihat permintaan yang semakin meningkat. (B-3)
Menggunakan Instagram dan WhatsApp sebagai media pemasaran seiring dengan pangsa pasar yang potensial. (B-2)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Memanfaatkan kemajuan teknologi dan informasi sebagai media promosi agar volume penjualan meningkat. (B-4)
Memaksimalkan mutu dan kualitas SDM melihat permintaan yang semakin meningkat. (B-3)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Memanfaatkan kemajuan teknologi dan informasi sebagai media promosi agar volume penjualan meningkat. (B-4)
ST		
Menjaga kekhasan Kualitas produk yang dapat menaikkan minat konsumen. (C-1)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Menambah jumlah variasi produk yang ditawarkan seiring munculnya produk yang sama. (C-2)
Menjaga kekhasan Kualitas produk yang dapat menaikkan minat konsumen. (C-1)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Menjaga stabilitas harga agar tetap bersaing dipasar. (C-3)
Menjaga kekhasan Kualitas produk yang dapat menaikkan minat konsumen. (C-1)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Mencari Supplier yang kompetitif agar mendapatkan bahan baku yang baik dari segi kualitas maupun kuantitas. (C-4)
Menjaga kekhasan Kualitas produk yang dapat menaikkan	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Membuat sertifikat Halal produk ditengah persaingan usaha yang

minat konsumen. (C-1)		semakin ketat. (C-5)
Menjaga kekhasan Kualitas produk yang dapat menaikkan minat konsumen. (C-1)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Melakukan inovasi produk untuk tetap bertahan ditengah munculnya produk sejenis. (C-6)
Menambah jumlah variasi produk yang ditawarkan seiring munculnya produk yang sama. (C-2)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Menjaga stabilitas harga agar tetap bersaing dipasar. (C-3)
Menambah jumlah variasi produk yang ditawarkan seiring munculnya produk yang sama. (C-2)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Mencari Supplier yang kompetitif agar mendapatkan bahan baku yang baik dari segi kualitas maupun kuantitas. (C-4)
Menambah jumlah variasi produk yang ditawarkan seiring munculnya produk yang sama. (C-2)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Membuat sertifikat Halal produk ditengah persaingan usaha yang semakin ketat. (C-5)
Menambah jumlah variasi produk yang ditawarkan seiring munculnya produk yang sama. (C-2)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Melakukan inovasi produk untuk tetap bertahan ditengah munculnya produk sejenis. (C-6)
Menjaga stabilitas harga agar tetap bersaing dipasar. (C-3)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Mencari Supplier yang kompetitif agar mendapatkan bahan baku yang baik dari segi kualitas maupun kuantitas. (C-4)
Menjaga stabilitas harga agar tetap bersaing dipasar. (C-3)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Membuat sertifikat Halal produk ditengah persaingan usaha yang semakin ketat. (C-5)
Menjaga stabilitas harga agar tetap bersaing dipasar. (C-3)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Melakukan inovasi produk untuk tetap bertahan ditengah munculnya produk sejenis. (C-6)
Mencari Supplier yang kompetitif agar mendapatkan bahan baku yang baik dari segi kualitas maupun kuantitas. (C-4)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Membuat sertifikat Halal produk ditengah persaingan usaha yang semakin ketat. (C-5)
Mencari Supplier yang kompetitif agar mendapatkan bahan baku yang baik dari segi kualitas maupun kuantitas. (C-4)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Melakukan inovasi produk untuk tetap bertahan ditengah munculnya produk sejenis. (C-6)
Membuat sertifikat Halal produk ditengah persaingan usaha yang semakin ketat. (C-5)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Melakukan inovasi produk untuk tetap bertahan ditengah munculnya produk sejenis.(C-6)
WT		

Membangun mekanisme kerja yang baik antar pekeraja. (D-1)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Melakukan kerja sama dengan sesama UKM dalam memasarkan produk untuk memperluas jaringan usaha. (D-2)
Membangun mekanisme kerja yang baik antar pekeraja. (D-1)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Meningkatkan kinerja sumber daya pekerja sesuai keperluan. (D-3)
Membangun mekanisme kerja yang baik antar pekeraja. (D-1)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Memaksimalkan kegiatan promosi dengan menggunakan media sosial. (D-4)
Membangun mekanisme kerja yang baik antar pekeraja. (D-1)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Menetapkan harga bersaing dengan usaha yang lain. (D-5)
Membangun mekanisme kerja yang baik antar pekeraja. (D-1)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Membuat SOP dalam bekerja untuk menjaga kualitas produk. (D-6)
Membangun mekanisme kerja yang baik antar pekeraja. (D-1)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Melakukan riset pasar untuk menciptakan ide-ide produk baru . (D-7)
Membangun mekanisme kerja yang baik antar pekeraja. (D-1)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Terus menerus melakukan promosi dengan pengembangan produk yang memiliki nilai tambah dengan harga yang terjangkau agar dikenal oleh masyarakat luas. (D-8)
Melakukan kerja sama dengan sesama UKM dalam memasarkan produk untuk memperluas jaringan usaha. (D-2)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Meningkatkan kinerja sumber daya pekerja sesuai keperluan. (D-3)
Melakukan kerja sama dengan sesama UKM dalam memasarkan produk untuk memperluas jaringan usaha. (D-2)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Memaksimalkan kegiatan promosi dengan menggunakan media sosial. (D-4)
Melakukan kerja sama dengan sesama UKM dalam memasarkan produk untuk memperluas jaringan usaha. (D-2)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Menetapkan harga bersaing dengan usaha yang lain. (D-5)
Melakukan kerja sama dengan sesama UKM dalam memasarkan produk untuk memperluas jaringan usaha. (D-2)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Membuat SOP dalam bekerja untuk menjaga kualitas produk. (D-6)
Melakukan kerja sama dengan sesama UKM dalam memasarkan produk untuk memperluas jaringan usaha. (D-2)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Melakukan riset pasar untuk menciptakan ide-ide produk baru . (D-7)
Melakukan kerja sama dengan sesama UKM dalam memasarkan produk untuk memperluas jaringan usaha. (D-2)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Terus menerus melakukan promosi dengan pengembangan produk yang memiliki nilai tambah dengan harga yang terjangkau agar dikenal oleh masyarakat luas. (D-8)

Meningkatkan kinerja sumber daya pekerja sesuai keperluan. (D-3)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Memaksimalkan kegiatan promosi dengan menggunakan media sosial. (D-4)
Meningkatkan kinerja sumber daya pekerja sesuai keperluan. (D-3)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Menetapkan harga bersaing dengan usaha yang lain. (D-5)
Meningkatkan kinerja sumber daya pekerja sesuai keperluan. (D-3)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Membuat SOP dalam bekerja untuk menjaga kualitas produk. (D-6)
Meningkatkan kinerja sumber daya pekerja sesuai keperluan. (D-3)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Melakukan riset pasar untuk menciptakan ide-ide produk baru . (D-7)
Meningkatkan kinerja sumber daya pekerja sesuai keperluan. (D-3)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Terus menerus melakukan promosi dengan pengembangan produk yang memiliki nilai tambah dengan harga yang terjangkau agar dikenal oleh masyarakat luas. (D-8)
Memaksimalkan kegiatan promosi dengan menggunakan media sosial. (D-4)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Menetapkan harga bersaing dengan usaha yang lain. (D-5)
Memaksimalkan kegiatan promosi dengan menggunakan media sosial. (D-4)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Membuat SOP dalam bekerja untuk menjaga kualitas produk. (D-6)
Memaksimalkan kegiatan promosi dengan menggunakan media sosial. (D-4)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Melakukan riset pasar untuk menciptakan ide-ide produk baru . (D-7)
Memaksimalkan kegiatan promosi dengan menggunakan media sosial. (D-4)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Terus menerus melakukan promosi dengan pengembangan produk yang memiliki nilai tambah dengan harga yang terjangkau agar dikenal oleh masyarakat luas. (D-8)
Menetapkan harga bersaing dengan usaha yang lain. (D-5)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Membuat SOP dalam bekerja untuk menjaga kualitas produk. (D-6)
Menetapkan harga bersaing dengan usaha yang lain. (D-5)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Melakukan riset pasar untuk menciptakan ide-ide produk baru . (D-7)
Menetapkan harga bersaing dengan usaha yang lain. (D-5)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Terus menerus melakukan promosi dengan pengembangan produk yang memiliki nilai tambah dengan harga yang terjangkau agar dikenal oleh masyarakat luas. (D-8)
Membuat SOP dalam bekerja untuk menjaga kualitas produk. (D-6)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Melakukan riset pasar untuk menciptakan ide-ide produk baru . (D-7)
Membuat SOP dalam bekerja untuk menjaga kualitas produk.	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Terus menerus melakukan promosi dengan pengembangan produk yang

(D-6)		memiliki nilai tambah dengan harga yang terjangkau agar dikenal oleh masyarakat luas. (D-8)
Melakukan riset pasar untuk menciptakan ide-ide produk baru . (D-7)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Terus menerus melakukan promosi dengan pengembangan produk yang memiliki nilai tambah dengan harga yang terjangkau agar dikenal oleh masyarakat luas. (D-8)

Sumber : (Lhokseumawe et al. 2020)

15	5	4	4	5	5	4	27	3	4	4	4	4	3	22	49
16	5	5	5	5	5	5	30	5	4	5	3	3	3	23	53
17	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	60
18	4	4	4	3	4	5	24	3	3	3	3	3	3	18	42
19	4	4	4	3	4	5	24	3	4	4	3	3	3	20	44
20	5	4	3	4	4	4	24	3	4	4	3	3	4	21	45
21	5	4	3	4	4	4	24	3	4	4	3	4	4	22	46
22	5	4	4	4	3	4	24	3	3	4	3	3	4	20	44
23	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18	36
24	5	4	4	4	5	4	26	3	4	4	4	4	4	23	49
25	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	48
26	4	4	4	4	4	4	24	3	4	3	4	4	3	21	45
27	5	4	4	4	5	4	26	3	4	3	4	4	3	21	47
28	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18	36
29	4	5	4	4	5	4	26	4	4	4	4	4	4	24	50
30	5	5	4	4	4	4	26	4	4	4	3	5	4	24	50
	129	123	118	117	125	124	736	109	115	117	109	115	112	677	1413
	4,3000	4,1000	3,9333	3,9000	4,1667	4,1333	24,5333	3,6333	3,8333	3,9000	3,6333	3,8333	3,7333	22,5667	47,1000

Tabel tanggapan pernyataan kuesioner Bobot Kekuatan dan Kelemahan

Responden	Kekuatan							Kelemahan							
	S1	S2	S3	S4	S5	S6	JUMLAH	W1	W2	W3	W4	W5	W6	JUMLAH	SW INTERNAL
1	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	48
2	5	5	4	4	4	5	27	5	5	4	5	4	3	26	53
3	5	5	4	4	4	4	26	3	4	4	4	3	3	21	47
4	5	4	5	5	4	4	27	3	4	4	4	3	3	21	48
5	5	5	4	4	4	4	26	3	5	4	5	3	3	23	49
6	5	5	4	4	4	5	27	3	4	4	5	3	4	23	50
7	4	5	4	5	4	5	27	3	4	4	5	4	4	24	51
8	5	4	4	4	4	5	26	3	4	4	5	4	4	24	50
9	5	5	4	4	4	5	27	3	5	4	5	3	4	24	51
10	5	5	4	4	4	4	26	4	4	4	4	4	4	24	50
11	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18	36
12	4	5	5	5	5	5	29	4	5	3	5	4	5	26	55
13	4	4	5	5	5	5	28	5	5	4	5	5	5	29	57
14	5	5	5	5	5	5	30	5	5	3	5	4	4	26	56
15	5	5	5	5	5	5	30	3	5	3	5	5	3	24	54
16	5	5	3	3	3	3	22	3	3	3	5	3	3	20	42
17	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	60
18	5	5	4	4	5	4	27	5	5	5	5	5	5	30	57
19	5	5	5	5	5	5	30	4	5	4	5	5	5	28	58

20	5	5	4	4	4	4	26	5	5	5	5	5	5	30	56
21	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	60
22	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18	36
23	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	60
24	4	4	4	4	4	4	24	3	4	4	4	3	4	22	46
25	4	4	4	4	4	5	25	3	4	4	4	4	4	23	48
26	4	4	4	4	4	5	25	3	4	4	5	3	4	23	48
27	5	5	2	3	4	4	23	3	4	4	5	3	4	23	46
28	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	48
29	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	3	4	23	47
30	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	48,0000
	136	136	124	126	126	132	780	113	130	119	137	116	120	735	1515
	0,1744	0,1744	0,1590	0,1615	0,1615	0,1692	1,0000	0,1537	0,1769	0,1619	0,1864	0,1578	0,1633	1,0000	2,0000
	0,7497	0,7149	0,6253	0,6300	0,6731	0,6995	4,0925	0,5586	0,6780	0,6314	0,6772	0,6050	0,6095	3,7597	7,8522

Tabel tanggapan pernyataan kuesioner Rating Peluang dan Ancaman

Responden	Peluang						JUMLAH	Ancaman						JUMLAH	OT EKSTERNAL
	O1	O2	O3	O4	O5	O6		T1	T2	T3	T4	T5	T6		
1	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	60
2	5	3	4	3	5	5	25	3	3	4	3	4	4	21	46
3	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	48
4	5	3	4	4	4	5	25	4	3	4	4	4	4	23	48
5	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	48
6	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	48
7	5	4	3	5	4	4	25	3	4	4	3	3	4	21	46
8	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	48
9	5	4	4	5	3	4	25	3	4	3	3	3	4	20	45
10	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18	36
11	5	5	5	3	5	3	26	4	4	3	3	4	4	22	48
12	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	60
13	5	5	5	4	5	5	29	4	4	3	3	3	4	21	50
14	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	48
15	4	5	5	4	5	5	28	4	4	3	3	4	3	21	49
16	4	5	3	4	4	4	24	4	3	4	3	4	3	21	45
17	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	60
18	4	4	5	3	4	5	25	3	4	4	4	4	4	23	48

19	4	3	5	4	3	4	23	3	3	5	4	4	4	23	46
20	4	4	5	4	3	4	24	3	4	3	4	5	4	23	47
21	4	3	5	5	4	4	25	3	5	3	4	5	3	23	48
22	4	3	5	5	4	5	26	3	5	3	4	5	3	23	49
23	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18	36
24	5	5	5	5	4	4	28	4	4	3	4	4	3	22	50
25	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	48
26	5	5	5	5	5	4	29	4	4	3	4	5	3	23	52
27	5	5	5	4	4	5	28	5	4	3	4	3	3	22	50
28	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18	36
29	4	5	4	5	5	4	27	4	5	3	4	3	3	22	49
30	4	4	4	4	5	4	25	4	4	4	4	3	3	22	47
	129	123	129	124	124	126	755	113	119	110	113	118	111	684	1439
	4,3000	4,1000	4,3000	4,1333	4,1333	4,2000	25,1667	3,7667	3,9667	3,6667	3,7667	3,9333	3,7000	22,8000	47,9667

Tabel tanggapan pernyataan kuesioner Bobot Peluang dan Ancaman

Responden	Peluang						JUMLAH	Ancaman							
	O1	O2	O3	O4	O5	O6		T1	T2	T3	T4	T5	T6	JUMLAH	OT EKSTERNAL
1	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	48
2	5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	5	4	4	25	50
3	5	5	4	4	4	4	26	4	4	3	4	4	4	23	49
4	5	5	4	3	3	3	23	4	4	3	4	4	3	22	45
5	5	5	4	4	3	3	24	5	4	4	5	4	4	26	50
6	5	4	4	3	3	3	22	4	4	4	4	5	4	25	47
7	4	4	4	3	4	3	22	4	3	4	4	4	4	23	45
8	5	4	3	4	4	3	23	4	4	4	4	4	4	24	47
9	5	4	3	4	4	3	23	3	4	4	4	4	4	23	46
10	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	48
11	3	3	3	3	3	3	18	5	3	3	3	3	3	20	38
12	4	5	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	24	49
13	5	5	4	4	5	5	28	5	5	5	5	5	5	30	58
14	5	4	3	3	4	4	23	5	4	4	3	5	4	25	48
15	5	5	4	4	4	4	26	5	3	3	4	5	4	24	50
16	3	3	3	3	5	3	20	5	3	3	3	5	3	22	42
17	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	60
18	5	4	4	4	5	4	26	5	4	4	4	5	5	27	53

Tabel peringkat kekuatan dan kelemahan

SW	S1	S2	S3	S4	S5	S6	W1	W2	W3	W4	W5	W6	Jumlah	Rata-rata
Bobot	136	136	124	126	126	132	113	130	119	137	116	120	1515	
Rata-rata	0,0898	0,0898	0,0818	0,0832	0,0832	0,0871	0,0746	0,0858	0,0785	0,0904	0,0766	0,0792	1,0000	
Rating	4,3000	4,1000	3,9333	3,9000	4,1667	4,1333	3,6333	3,8333	3,9000	3,6333	3,8333	3,7333		
Peringkat	0,3860	0,3681	0,3219	0,3244	0,3465	0,3601	0,2710	0,3289	0,3063	0,3286	0,2935	0,2957	3,9311	0,3276

Tabel peringkat peluang dan ancaman

OT	O1	O2	O3	O4	O5	O6	T1	T2	T3	T4	T5	T6	Jumlah	Rata-rata
Bobot	133	131	118	118	119	118	130	113	117	120	127	118	1462	
Rata-rata	0,0910	0,0896	0,0807	0,0807	0,0814	0,0807	0,0889	0,0773	0,0800	0,0821	0,0869	0,0807	1,0000	
Rating	4,3000	4,1000	4,3000	4,1333	4,1333	4,2000	3,7667	3,9667	3,6667	3,7667	3,9333	3,7000		
Peringkat	0,3912	0,3674	0,3471	0,3336	0,3364	0,3390	0,3349	0,3066	0,2934	0,3092	0,3417	0,2986	4,0	0,3333

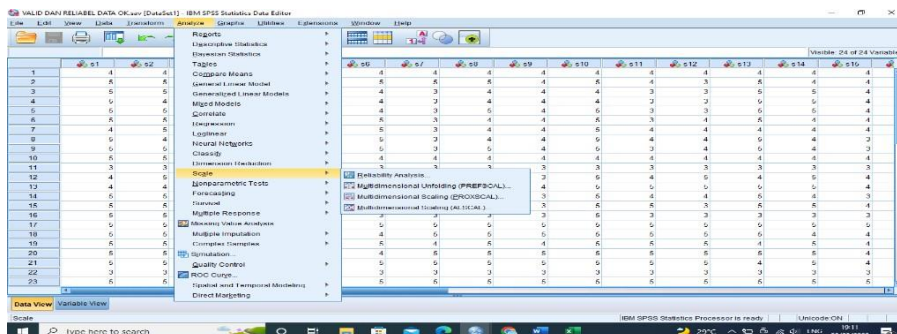
Lampiran 4 hasil kuesioner AHP

Kriteria	Penilaian	Kriteria
SO		
(A-1)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 (3) 4 5 6 7 8 9	(A-2)
WO		
(B-1)	9 8 7 (6) 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	(B-2)
(B-1)	9 8 7 6 5 4 (3) 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	(B-3)
(B-1)	9 8 7 6 5 4 (3) 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	(B-4)
(B-2)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 (6) 7 8 9	(B-3)
(B-2)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 (6) 7 8 9	(B-4)
(B-3)	9 8 7 6 5 4 3 2 (1) 2 3 4 5 6 7 8 9	(B-4)
ST		
(C-1)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 (2) 3 4 5 6 7 8 9	(C-2)
(C-1)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 (6) 7 8 9	(C-3)
(C-1)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 (2) 3 4 5 6 7 8 9	(C-4)
(C-1)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 (2) 3 4 5 6 7 8 9	(C-5)
(C-1)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 (6) 7 8 9	(C-6)
(C-2)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 (5) 6 7 8 9	(C-3)
(C-2)	9 8 7 6 5 4 3 2 (1) 2 3 4 5 6 7 8 9	(C-4)
(C-2)	9 8 7 6 5 4 3 2 (1) 2 3 4 5 6 7 8 9	(C-5)
(C-2)	9 8 7 6 5 4 3 2 (1) 2 3 4 5 6 7 8 9	(C-6)
(C-3)	9 8 7 6 5 4 (3) 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	(C-4)
(C-3)	9 8 7 6 5 (4) 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	(C-5)
(C-3)	9 8 7 6 5 4 3 2 (1) 2 3 4 5 6 7 8 9	(C-6)
(C-4)	9 8 7 6 5 4 (6) 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	(C-5)
(C-4)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 (5) 6 7 8 9	(C-6)
(C-5)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 (5) 6 7 8 9	(C-6)
WT		
(D-1)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 (5) 6 7 8 9	(D-2)
(D-1)	9 8 7 6 5 4 3 2 (1) 2 3 4 5 6 7 8 9	(D-3)
(D-1)	9 8 7 6 5 4 3 2 (1) 2 3 4 5 6 7 8 9	(D-4)
(D-1)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 (3) 4 5 6 7 8 9	(D-5)
(D-1)	9 8 7 6 5 4 3 2 (1) 2 3 4 5 6 7 8 9	(D-6)
(D-1)	9 8 (7) 6 5 4 3 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	(D-7)
(D-1)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 3 4 (5) 6 7 8 9	(D-8)
(D-2)	9 8 7 6 5 4 (3) 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	(D-3)
(D-2)	9 8 7 6 5 4 (5) 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	(D-4)
(D-2)	9 8 7 6 5 4 3 2 (1) 2 3 4 5 6 7 8 9	(D-5)
(D-2)	9 8 7 6 5 4 (3) 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	(D-6)
(D-2)	9 8 7 6 5 4 (3) 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	(D-7)
(D-2)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 (3) 4 5 6 7 8 9	(D-8)
(D-3)	9 8 7 6 5 4 (6) 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	(D-4)
(D-3)	9 8 7 6 5 4 3 2 (1) 2 3 4 5 6 7 8 9	(D-5)
(D-3)	9 8 7 6 5 4 3 2 (1) 2 3 4 5 6 7 8 9	(D-6)
(D-3)	9 8 7 6 5 4 3 2 (1) 2 3 4 5 6 7 8 9	(D-7)
(D-3)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 (3) 4 5 6 7 8 9	(D-8)
(D-4)	9 8 7 6 5 4 3 2 (1) 2 3 4 5 6 7 8 9	(D-5)
(D-4)	9 8 7 6 5 4 3 2 (1) 2 3 4 5 6 7 8 9	(D-6)
(D-4)	9 8 7 6 5 4 3 2 (1) 2 3 4 5 6 7 8 9	(D-7)
(D-4)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 (3) 4 5 6 7 8 9	(D-8)

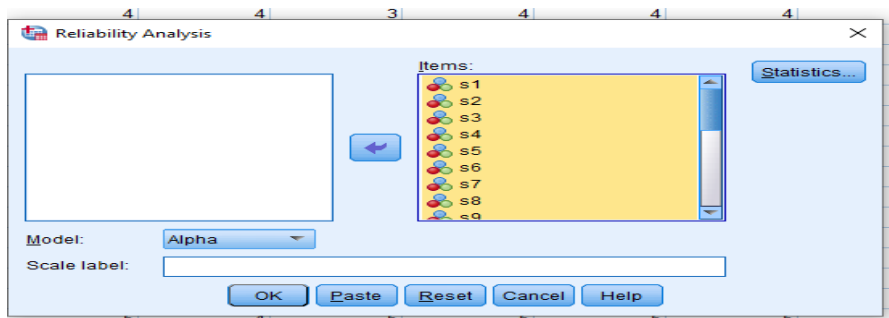
(D-5)	9 8 7 6 5 4 ③ 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	(D-6)
(D-5)	9 8 7 6 5 4 ③ 2 1 2 3 4 5 6 7 8 9	(D-7)
(D-5)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 ③ 4 5 6 7 8 9	(D-8)
(D-6)	9 8 7 6 5 4 3 2 ① 2 3 4 5 6 7 8 9	(D-7)
(D-6)	9 8 7 6 5 4 3 2 ① 2 3 4 5 6 7 8 9	(D-8)
(D-7)	9 8 7 6 5 4 3 2 1 2 ③ 4 5 6 7 8 9	(D-8)

Lampiran 5 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

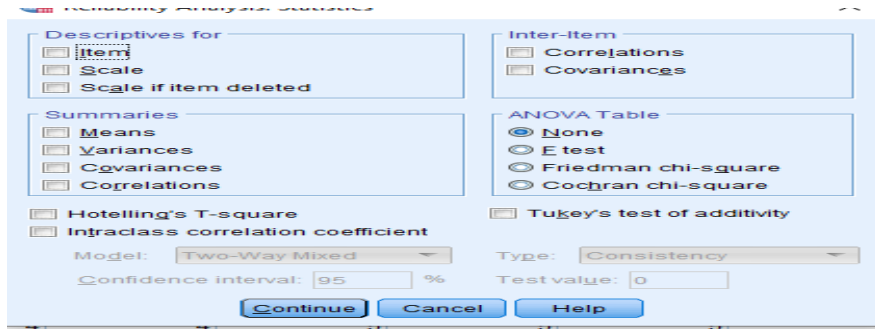
1. Ambil data SWOT
2. Pilih analyze, klik scale lalu reliability analysis



3. Masukkan semua variable ke kolom variables kemudian klik OK



4. Pilih Statistics, pada kolom Descriptives for pilih Scale if item deleted, pada kolom Anova Table pilih None, klik Continue, klik OK



Hasil analisis SPSS adalah sebagai berikut :

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.946	24

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
s1	94.70	108.562	.483	.946
s2	94.70	107.872	.537	.945
s3	95.10	104.093	.715	.943
s4	95.03	104.861	.734	.943
s5	95.03	104.033	.874	.941
s6	94.83	105.799	.651	.944
s7	95.47	102.878	.670	.944
s8	94.90	103.403	.852	.941
s9	95.27	107.306	.597	.944
s10	94.67	106.782	.627	.944
s11	95.37	102.447	.734	.943
s12	95.23	104.185	.696	.943
s13	94.80	106.234	.614	.944
s14	94.87	105.982	.644	.944
s15	95.30	108.355	.543	.945
s16	95.30	108.562	.474	.946
s17	95.27	106.409	.611	.944
s18	95.30	108.562	.401	.947
s19	94.90	108.576	.456	.946
s20	95.47	106.809	.625	.944
s21	95.33	106.782	.590	.944
s22	95.23	106.599	.688	.943
s23	95.00	107.931	.596	.944
s24	95.30	104.079	.827	.942