

Lampiran 1 : Dokumentasi Lapangan



Wawancara pemilik UKM Rahmad Jaya



Proses packaging produk nasi jagung instan matahari



Proses wawancara produk nasi jagung instan matahari



Wawancara konsumen UKM Rahmad Jaya



Tempat produksi produk di UKM Rahmad Jaya

Lampiran 2 : Panduan Wawancara

PANDUAN WAWANCARA (METODE KUALITATIF) ANALISIS STRATEGI DIVERSIFIKASI DALAM UPAYA PERLUASAN JANGKAUAN PEMASARAN PADA UKM RAHMAD JAYA DI DESA KEBOMLATI KABUPATEN TUBAN

Skripsi : Suci Retno Ningsih / 1121900166

1. Sejarah berdirinya UKM Rahmad Jaya
2. Omzet penjualan
3. Struktur organisasi
4. Produk pertama yang diciptakan
5. Strategi diversifikasi baru yang diciptakan
6. Jangkauan pemasaran sebelum dan sesudah adanya produk baru
7. Faktor-faktor SWOT
8. Jenis produk
9. Harga produk
10. Distribusi produk
11. Pemasaran produk

Lampiran 3 : Pembobotan SWOT

Pembobotan terhadap analisis SWOT (peluang, ancaman, kekuatan, dan kelemahan)

Pembobotan Terhadap Analisis SWOT (Peluang, Ancaman, Kekuatan, Dan Kelemahan)

Untuk menentukan nilai dari para responden tentang faktor internal dan faktor eksternal dibutuhkan pemberian bobot masing-masing daftar faktor kunci. Pemberian bobot ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepentingan dan tujuan yang direncanakan oleh pihak UKM Rahmad Jaya.

Petunjuk pengisian:

1. Memberi nilai pada perbandingan antara dua faktor relatif yang berpasangan dilihat dari kepentingan atau pengaruh terhadap UKM Rahmad Jaya.
2. Skala yang digunakan untuk menentukan bobot setiap variable sebagai berikut:
 - 1 = Jika indikator horizontal **kurang penting** daripada indikator vertikal
 - 2 = Jika indikator horizontal **sama penting** daripada indikator vertikal
 - 3 = Jika indikator horizontal **lebih penting** daripada indikator vertikal

Catatan = cara membaca perbandingan dimulai dari variabel pada baris 1 terhadap kolom 1 dan harus konsisten

1. Pembobotan peluang dan ancaman pada UKM Rahmad Jaya

Responden 1 pemilik UKM Rahmad Jaya

Faktor Strategi Eksternal	A. Dukungan pemerintah terhadap pembiayaan UMKM	B. Tersedianya lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar	C. Teknologi berkembang cepat	D. Akses ke pasar global	E. Nama produk tepung jempol sama dengan pesaing	F. Ukuran produk kurang bervariasi	G. Kurangnya akses kepasar dan jaringan	H. Perubahan tren konsumen	Total	Bobot
A. Dukungan pemerintah terhadap pembiayaan UMKM	3	3	2	2	3	2	1	1	14	0,11
B. Tersedianya lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar	2	3	1	1	2	1	2	2	11	0,093
C. Teknologi berkembang cepat	3	3	2	2	2	2	2	1	15	0,127
D. Akses ke pasar global	3	3	2	3	2	2	3	3	17	0,144
E. Nama produk tepung jempol sama dengan pesaing	2	3	2	2	3	2	2	2	16	0,135
F. Ukuran produk kurang bervariasi	3	3	2	2	2	3	1	2	15	0,127
G. Kurangnya akses kepasar dan jaringan	3	3	2	2	3	2	3	1	16	0,135
H. Perubahan tren konsumen	2	3	2	2	3	1	1	3	14	0,11
Total									118	1

Responden 2 karyawan UKM Rahmad Jaya

Faktor Strategi Eksternal	A. Dukungan pemerintah terhadap pembiayaan UMKM	B. Tersedianya lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar	C. Teknologi berkembang cepat	D. Akses ke pasar global	E. Nama produk tepung jempol sama dengan pesaing	F. Ukuran produk kurang bervariasi	G. Kurangnya akses kepasar dan jaringan	H. Perubahan tren konsumen	Total	Bobot
A. Dukungan pemerintah terhadap pembiayaan UMKM	2	2	1	1	1	1	2	1	10	0,089
B. Tersedianya lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar	1	3	1	1	2	1	2	2	10	0,089
C. Teknologi berkembang cepat	3	3	2	2	1	2	2	1	14	0,125
D. Akses ke pasar global	2	3	2	3	2	2	2	3	16	0,142
E. Nama produk tepung jempol sama dengan pesaing	2	3	2	3	2	2	2	2	16	0,142
F. Ukuran produk kurang bervariasi	3	3	2	2	2	3	1	2	15	0,133
G. Kurangnya akses kepasar dan jaringan	3	3	2	2	3	2	3	1	16	0,142
H. Perubahan tren konsumen	3	3	2	2	3	1	1	3	15	0,133
Total									112	1

Responden 3 konsumen UKM Rahmad Jaya

Faktor Strategi Eksternal	A. Dukungan pemerintah terhadap pembiayaan UMKM	B. Tersedianya lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar	C. Teknologi berkembang cepat	D. Akses ke pasar global	E. Nama produk tepung jempol sama dengan pesaing	F. Ukuran produk kurang bervariasi	G. Kurangnya akses kepasar dan jaringan	H. Perubahan tren konsumen	Total	Bobot
A. Dukungan pemerintah terhadap pembiayaan UMKM	2	1	2	1	1	1	1	9	0,081	
B. Tersedianya lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar	1	1	1	1	2	1	2	9	0,081	
C. Teknologi berkembang cepat	2	3	2	2	2	2	1	14	0,127	
D. Akses ke pasar global	3	3	2	2	1	2	3	16	0,145	
E. Nama produk tepung jempol sama dengan pesaing	2	3	2	3	2	2	2	16	0,145	
F. Ukuran produk kurang bervariasi	3	3	2	2	2	1	2	15	0,136	
G. Kurangnya akses kepasar dan jaringan	3	3	2	2	3	2	1	16	0,145	
H. Perubahan tren konsumen	3	3	2	2	3	1	1	15	0,145	
Total								110	1	

2. Pembobotan peluang dan ancaman pada UKM Rahmad Jaya

Responden 1 pemilik UKM Rahmad Jaya

Faktor Strategi Internal	A. Produk memiliki sertifikat MUI	B. Kualitas produk yang diolah aman dan bersih	C. Memiliki tempat produksi sendiri	D. Pengelolaan keuangan dan administrasi tertata rapi	E. Memiliki variasi rasa produk	F. Pembagian tugas dan komunikasi pada karyawan baik	G. Bahan baku produk mudah didapat	H. Pemasaran masih menggunakan offline	I. Merek produk sama dengan pesaing	J. Mesin produksi masih ada yang kurang mendukung	Total	Bobot
A. Produk memiliki sertifikat MUI	2	2	3	2	2	3	1	3	2	2	20	0,106
B. Kualitas produk yang diolah aman dan bersih	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	23	0,122
C. Memiliki tempat produksi sendiri	1	1	2	1	1	2	1	1	1	3	12	0,063
D. Pengelolaan keuangan dan administrasi tertata rapi	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	23	0,122
E. Memiliki variasi rasa produk	2	2	3	2	3	2	3	3	3	1	21	0,111
F. Pembagian tugas dan komunikasi pada karyawan baik	1	1	3	2	1	2	1	3	3	2	17	0,09
G. Bahan baku produk mudah didapat	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	23	0,122
H. Pemasaran masih menggunakan offline	1	1	2	2	1	2	1	2	2	2	14	0,074
I. Kurangnya promosi dan jangkauan pemasaran	1	1	3	1	2	2	1	2	2	2	15	0,079
J. Mesin produksi masih ada yang kurang mendukung	2	2	3	1	2	3	2	3	2	2	20	0,106
Total											188	1

Responden 2 karyawan UKM Rahmad Jaya

Faktor Strategi Internal	A. Produk memiliki sertifikat MUI	B. Kualitas produk yang diolah aman dan bersih	C. Memiliki tempat produksi sendiri	D. Pengelolaan keuangan dan administrasi tertata rapi	E. Memiliki variasi rasa produk	F. Pembagian tugas dan komunikasi pada karyawan baik	G. Bahan baku produk mudah didapat	H. Pemasaran masih menggunakan offline	I. Merek produk sama dengan pesaing	J. Mesin produksi masih ada yang kurang mendukung	Total	Bobot
A. Produk memiliki sertifikat MUI	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20	0,108
B. Kualitas produk yang diolah aman dan bersih	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	22	0,118
C. Memiliki tempat produksi sendiri	1	2	3	1	2	1	1	2	1	2	13	0,07
D. Pengelolaan keuangan dan administrasi tertata rapi	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	21	0,113
E. Memiliki variasi rasa produk	2	2	3	2	2	2	1	3	2	2	19	0,102
F. Pembagian tugas dan komunikasi pada karyawan baik	2	2	3	2	2	2	2	3	1	2	19	0,102
G. Bahan baku produk mudah didapat	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	21	0,113
H. Pemasaran masih menggunakan offline	2	1	2	1	2	2	1	2	2	1	14	0,075
I. Kurangnya promosi dan jangkauan pemasaran	2	2	3	2	2	2	1	2	2	2	18	0,097
J. Mesin produksi masih ada yang kurang mendukung	2	2	3	2	2	2	1	2	2	2	18	0,097
Total											185	1

Responden 3 konsumen UKM Rahmad Jaya

Faktor Strategi Internal	A. Produk memiliki sertifikat MUI	B. Kualitas produk yang diolah aman dan bersih	C. Memiliki tempat produksi sendiri	D. Pengelolaan keuangan dan administrasi tertata rapi	E. Memiliki variasi rasa produk	F. Pembagian tugas dan komunikasi pada karyawan baik	G. Bahan baku produk mudah didapat	H. Pemasaran masih menggunakan offline	I. Merek produk sama dengan pesaing	J. Mesin produksi masih ada yang kurang mendukung	Total	Bobot
A. Produk memiliki sertifikat MUI	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	21	0,112
B. Kualitas produk yang diolah aman dan bersih	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	23	0,123
C. Memiliki tempat produksi sendiri	1	1	3	1	1	2	1	3	1	3	14	0,075
D. Pengelolaan keuangan dan administrasi tertata rapi	2	2	3	2	2	3	1	2	1	3	19	0,102
E. Memiliki variasi rasa produk	2	1	3	2	2	3	2	3	2	2	20	0,107
F. Pembagian tugas dan komunikasi pada karyawan baik	1	1	2	2	1	2	1	3	1	2	14	0,075
G. Bahan baku produk mudah didapat	2	2	3	3	2	3	2	3	2	2	22	0,118
H. Pemasaran masih menggunakan offline	1	1	2	1	2	2	2	1	2	2	14	0,075
I. Kurangnya promosi dan jangkauan pemasaran	2	1	3	3	2	2	2	3	2	2	20	0,107
J. Mesin produksi masih ada yang kurang mendukung	1	2	2	2	3	3	1	3	2	2	19	0,102
Total											186	1

Lampiran 4 : Matriks Internal - Eksternal

Dibawah ini tabel pembobotan rata-rata pada strategi ekstenal UKM Rahmad Jaya

Faktor Strategi Eksternal	Bobot 1	Bobot 2	Bobot 3	Bobot Rata-Rata
Peluang <i>(Opportunity)</i>				
Dukungan pemerintah terhadap pembiayaan UMKM	0,11	0,089	0,081	0,372
Tersedianya lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar	0,093	0,089	0,081	0,261
Akses ke pasar global	0,144	0,142	0,145	0,429
Merek produk tepung jempol sama dengan pesaing	0,135	0,142	0,145	0,14
Teknologi berkembang cepat	0,127	0,125	0,127	0,252
Ukuran produk kurang bervariasi	0,127	0,133	0,136	0,396
Kurangnya akses kepasar dan jaringan	0,135	0,142	0,145	0,42
Perubahan tren konsumen	0,11	0,133	0,145	0,258

Matriks Internal – Eksternal

Dibawah ini tabel pembobotan rata-rata pada strategi internal UKM Rahmad Jaya

Faktor Strategi Internal	Bobot 1	Bobot 2	Bobot 3	Bobot Rata-Rata
<i>Strenght</i> (kekuatan)				
Produk memiliki sertifikat MUI	0,115	0,126	0,123	0,121
Kualitas produk yang diolah aman dan bersih	0,126	0,116	0,123	0,121
Memiliki tempat produksi sendiri	0,078	0,079	0,08	0,079
Pengelolaan keuangan dan administrasi tertata rapi	0,105	0,111	0,107	0,107
Memiliki variasi rasa produk	0,105	0,111	0,112	0,109
Pembagian tugas dan komunikasi pada karyawan baik	0,084	0,079	0,08	0,081
Bahan baku produk mudah didapat	0,121	0,116	0,123	0,12
Weakness (kelemahan)				
Pemasaran masih menggunakan offline	0,078	0,079	0,08	0,079
Produk return	0,068	0,068	0,069	0,068
Mesin produksi masih ada yang kurang mendukung	0,115	0,111	0,096	0,107

<p>masyarakat sekitar</p> <p>3. Akses ke pasar global</p>	<p>terjun secara langsung. (S1,S2,S5,O3)</p>	<p>mempromosikan produk dan meningkatkan perluasan jangkauan pemasarannya. (WI,W3, O1)</p>
<p>Ancaman (T)</p> <p>1. Merek produk tepung jempol sama dengan pesaing</p> <p>2. Teknologi berkembang cepat</p>	<p>Strategi S-T</p> <p>1. Meningkatkan kualitas produk lebih baik lagi. (S4, S6, S7, T1, T2)</p>	<p>Strategi W-T</p> <p>1. Meningkatkan sumber daya manusia. (W2, W3, T2)</p>

Lampiran 6 : Surat Keterangan Turnitin



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
LABORATORIUM OTODAERAH
Gedung F Lantai 2 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Jl. Semolowaru No. 45 Surabaya, Telp. (031) 5931800

SURAT KETERANGAN

Nomor: 686/K/LOD/V/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini penanggung jawab Uji Turnitin dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Surabaya

Nama : Yusuf Hariyoko, S.AP., M.AP

NPP : 20110170735

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Suci Retno Ningsih

NBI : 1121900166

Berdasarkan hasil uji turnitin untuk Bab 1,4,5 skripsi mahasiswa tersebut telah di bawah 20%.

Surat Keterangan ini di berikan atas permintaan yang bersangkutan untuk "Pendaftaran ujian skripsi".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 24 Juni 2023
Kepala Lab. Otda,

LABORATORIUM OTONOMI
Yusuf Hariyoko, S.AP., M.AP

Lampiran 7 : Kartu Bimbingan Skripsi



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi • Administrasi Publik • Administrasi Bisnis • Ilmu Komunikasi
• Magister Administrasi Publik • Magister Ilmu Komunikasi • Doktor Ilmu Administrasi
Gedung F 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
Telp. 031-5991742, 5931800 psw 159 email : fisip@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Suci Retno Ningsih
NEI : 1121900166
Program Studi : Administrasi Niaga
Dosen Pembimbing I : Drs. Ute Charuz Nasution, M.S.
Dosen Pembimbing II : Dra. Axin Mulyati, M.M.
Judul Skripsi :

Analisis strategi integrasi dalam upaya pengembangan usaha lokal UMKM tepung jemput di Desa Kebomiati
Analisis Strategi Diversifikasi Dalam upaya memperluas Jangkauan Pemasaran pada usaha toko UKM Tepung Jemput di Desa Kebomiati Kabupaten Tuban.
Jaya

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1	2/3/2023	Bab I Pendahuluan. Perbaiki LB, Rumusan masalah & Fan penelitian	[Signature]	[Signature]
2	13/3/2023	Bab I, Acc, lanjut Bab II	[Signature]	[Signature]
3	21 April 2023	Bab I perbaiki	[Signature]	[Signature]
4	29 April 2023	Bab I Acc & per6.	[Signature]	[Signature]
5	10/4/2023	Bab II. Tambahkan Marketing Mix, Perbaiki kerangka pemikiran. & Analisis SWOT	[Signature]	[Signature]
6	11/4/2023	Bab II, tambahkan pembobotan SWOT Bab II Acc	[Signature]	[Signature]
7	2/4/23	Bab II	[Signature]	[Signature]
8	06 Mei 23	Bab II Acc & bimb.	[Signature]	[Signature]
9	10/5/2023	Bab II, tambahkan indikator kinerja pemasaran	[Signature]	[Signature]



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi • Administrasi Publik • Administrasi Bisnis • Ilmu Komunikasi
 • Magister Administrasi Publik • Magister Ilmu Komunikasi • Doktor Ilmu Administrasi
 Gedung F 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
 Telp. 031-5991742, 5931800 psw. 159 email : fisip@untag-sby.ac.id

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
10	11/5 2023	Bab II Acc		
11	13/5 2023	Bab III, tambahkan teknik analisis data.		
12	15/5 2023	Bab III Acc		
13	23 Mei 23	Bab III, teori - ker		
14	23/5 2023	Konsultasi Pembobotan SWOT		
15	23 Mei 23	Bab II teori 2 i		
16	30 Mei 23	Bab III ACC		
17	4/2023 16	Bab IV, Analisis Internae & Externae		
18	6/2023 6	Bab IV. Lengkapi Analisis jwab- dipmkn.		
15	7/6 2023	Bab IV Lengkapi Uj. EFA & EFE		
20	14/2023 6	Bab IV. menentulkan vaktor-Faktor & humanal kemurahan & Bibt		

Catatan:

1. Kartu Bimbingan dibawa saat bimbingan
2. Kartu bimbingan diisi oleh Dosen Pembimbing

Bimbingan dinyatakan telah selesai

Tanggal : 23 Mei 2023

Dosen Pembimbing I.

(.....)

Dosen Pembimbing II.

(.....)



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi ♦ Administrasi Publik ♦ Administrasi Bisnis ♦ Ilmu Komunikasi
 ♦ Magister Administrasi Publik ♦ Magister Ilmu Komunikasi ♦ Doktor Ilmu Administrasi
 Gedung F 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
 Telp. 031-5991742, 5931800 psw. 159 email : fisip@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Suci Retno Ningsih
 NBI : 1121900166
 Program Studi : Administrasi Niaga
 Dosen Pembimbing I : Drs. Ute Chairuz Nasution, M.S
 Dosen Pembimbing II : Dra. Awin Mulyati, M.M

Judul Skripsi : Analisis Strategi Diversifikasi dalam Upaya Memperluas Jangkauan Pemasaran Pada UKM Rahmad Jaya di Desa Kebomelati Kab. Tuban

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
21	20 Juni 23	Perbaikan (Lomb LU).		
22	21/6/23	Bab IV Aa.		
23	22 Juni 23	Lomb LU ACC		
24	23/6/23	Bab V Acc.		
25	23 Juni 23	Lomb V ACC		

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Suci Retno Ningsih

NIM : 1121900166

Hari/ Tanggal Ujian : Selasa, 27 Juni 2023

Catatan Perbaikan:

- penulisan Abstrak .v
- Daftar Pustaka .
- ke .ru . → diagram .

Surabaya,

Persetujuan Dosen Penguji 2 Telah Revisi/Perbaikan, Revisi dari Dosen Penguji 2,

()
Diana J.M.

()
Diana J.M.

Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Suci Retno Ningsih
NIM : 1121900166
Hari/ Tanggal Ujian : Selasa, 27 Juni 2023

Catatan Perbaikan:

- Penulisan Abstrak
- gambar Klatikus

Surabaya,

Persetujuan Dosen Penguji 3 Telah Revisi/Perbaikan, Revisi dari Dosen Penguji 3,



Sri Andayani



Sri Andayani

Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.

Lampiran 9 : Hasil Turnitin Jurnal

ANALISIS STRATEGI DIVERSIFIKASI DALAM UPAYA PERLUASAN JANGKAUAN PEMASARAN PADA UKM RAHMAD JAYA DIDESA KEBOMLATI KABUPATEN TUBAN

ORIGINALITY REPORT

17 %
SIMILARITY
INDEX

15 %
INTERNET SOURCES

6 %
PUBLICATIONS

8 %
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.untag-sby.ac.id Internet Source	3 %
2	Submitted to Universitas Negeri Surabaya TheState University of Surabaya Student Paper	1 %
3	ejurnal.ung.ac.id Internet Source	1 %
4	www.scribd.com Internet Source	1 %
5	123dok.com Internet Source	1 %
6	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945Surabaya Student Paper	1 %
7	journal.ubpkarawang.ac.id Internet Source	1 %
8	journal2.um.ac.id Internet Source	1 %