

LAMPIRAN

Lampiran 1 Panduan Wawancara

Indikator Pengembangan Kewirausahaan

- 1) a. Bagaimana cara anda mengembangkan wirausaha anda?
b. Mengapa anda memilih cara tersebut?
- 2) Apakah pernah mengikuti program pemerintah seperti pelatihan, seminar tentang cara mengembangkan usaha makanan yg di adakan pemerintah atau yang lain?
- 3) Apakah pernah menerima bantuan dari pemerintah terkait bantuan modal wirausaha?
- 4) Bagaimana sistem pemasaran produk wirausaha anda? Apakah sudah melakukan pemasaran melalui online? Misal seperti: menjual makanan lewat gofood, dll?

Indikator kompetitif

- 1) Kualitas produk
 - a. Menurut anda bagaimana kualitas produk yang anda ciptakan?
 - b. Apa kelebihan produk anda?
 - c. Apakah ada kekurangan terhadap produk anda? Jika ada, apa saja kekurangannya?
- 2) Harga jual
 - a. Menurut anda, harga jual yang anda tawarkan sudah sesuai dengan rata-rata ekonomi masyarakat, salah satunya mahasiswa?
 - b. Jika mengalami kenaikan harga pokok, apakah anda akan merubah harga produk yang anda jual atau akan mengurangi porsinya?
- 3) Biaya produksi
 - a. Berapa biaya produksi yg anda keluarkan dalam satu produksi?
 - b. Menurut anda dengan biaya produksi sebesar itu, apakah sudah mendapat laba yang sesuai?
- a. Selain membuat produk, apa ada keahlian lain dalam memasarkan produk?
- b. Jika ada, keahlian apa yang anda gunakan dalam memasarkan produk tsb? Apakah memanfaatkan teknologi yang ada seperti menggunakan gofood, grabfood, dll?

Lampiran 2 Transkrip Wawancara

Hasil wawancara kepada para pelaku UMK

1. Nama : Ibu Tutik
Tanggal : 14 Mei 2023
- Peneliti : *Bagaimana cara anda mengembangkan wirausaha anda?*
- Ibu Tutik : *“Mungkin kalau dalam hal pengembangan untuk sekarang ini adalah variasi menu yang saya tambah ataupun saya ganti – ganti tiap harinya. Lalu untuk minumannya lebih memberbanyak variasi juga”*
- Peneliti : *Mengapa anda memilih cara tersebut?*
- Ibu Tutik : *“Kalau ngembangin dalam hal tempat mungkin lebih susah, jadi lebih ke variasi menu saja”*
- Peneliti : *Apakah pernah mengikuti program pemerintah seperti pelatihan, seminar tentang cara mengembangkan usaha makanan yg di adakan pemerintah atau yang lain?*
- Ibu Tutik : *“Kalau untuk di daerah gebang kidul belum ada”*
- Peneliti : *Apakah pernah menerima bantuan dari pemerintah terkait bantuan modal wirausaha?*
- Ibu Tutik : *“Belum pernah dapat bantuan”*
- Peneliti : *Bagaimana sistem pemasaran produk wirausaha anda? Apakah sudah melakukan pemasaran melalui online? Misal seperti: menjual makanan lewat gofood, dll?*
- Ibu Tutik : *“Kalau untuk melalui onlie seperti gofood dan yang lainnya belum mencoba, jadi lebih dari mulut ke mulut”*
- Peneliti : *Menurut anda bagaimana kualitas produk yang anda ciptakan?*
- Ibu Tutik : *“Menurut saya sudah baik, seperti saya memilih bahan yang berkualitas”*
- Peneliti : *Apa kelebihan produk anda?*
- Ibu Tutik : *“Kelebihannya seperti tidak menggunakan bahan pengawet dan variasi menu saya sangat banyak”*
- Peneliti : *Apakah ada kekurangan terhadap produk anda? Jika ada, apa saja kekurangannya?*

- Ibu Tutik : *“Ya ada, kan masakan saya tanpa bahan pengawet jadi tidak tahan lama. Lalu mungkin dari kemasan yang masih pakek kertas minyak jadi kurang menarik”*
- Peneliti : *Menurut anda, harga jual yang anda tawarkan sudah sesuai dengan rata – rata ekonomi masyarakat, salah satunya mahasiswa?*
- Ibu Tutik : *“Menurut saya sudah sesuai, karena kalo menjual dengan harga yang mahal ke mahasiswa mungkin tidak akan laku”*
- Peneliti : *Jika mengalami kenaikan harga pokok, apakah anda akan merubah harga produk yang anda jual atau akan mengurangi porsinya?*
- Ibu Tutik : *“Kalau untuk merubah harganya tidak pernah, tapi lebih mengurangi porsinya”*
- Peneliti : *Berapa biaya produksi yang anda keluarkan dalam satu produksi?*
- Ibu Tutik : *“Kurang lebih untuk sehari Rp. 500.000”*
- Peneliti : *Menurut anda dengan biaya produksi sebesar itu, apakah sudah mendapat laba yang sesuai?*
- Ibu Tutik : *“Alhamdulillah sudah sesuai meskipun laba tidak seberapa yang penting bisnis tetap jalan”*
- Peneliti : *Selain membuat produk, apa ada keahlian lain dalam memasarkan produk?*
- Ibu Tutik : *“Belum ada keahlian”*
- Peneliti : *Jika ada, keahlian apa yang anda gunakan dalam memasarkan produk tsb? Apakah memanfaatkan teknologi yang ada seperti menggunakan gofood, grabfood, dll?*
- Ibu Tutik : *“Mungkin akan menggunakan aplikasi grabfood, gofood ataupun yang lain. Tapi karena saya tidak tahu caranya jadi belum pernah mencoba”*

2. Nama : Ibu Salma
Tanggal : 16 Mei 2023
- Peneliti : *Bagaimana cara anda mengembangkan wirausaha anda?*
- Ibu Salma : *“Kalau untuk mengembangkan usaha saya sendiri untuk saat ini seperti menambah variasi menu atau menambah variasi sambel untuk pelengkap makanan saya”*
- Peneliti : *Mengapa anda memilih cara tersebut?*
- Ibu Salma : *“Karena untuk mengembangkan dalam hal tempat atau vasilitas agak sulit”*
- Peneliti : *Apakah pernah mengikuti program pemerintah seperti pelatihan, seminar tentang cara mengembangkan usaha makanan yg di adakan pemerintah atau yang lain?*
- Ibu Salma : *“Belum pernah untuk dan untuk didaerah gebang belum tahu juga”*
- Peneliti : *Apakah pernah menerima bantuan dari pemerintah terkait bantuan modal wirausaha?*
- Ibu Salma : *“Belum pernah dapat bantuan”*
- Peneliti : *Bagaimana sistem pemasaran produk wirausaha anda? Apakah sudah melakukan pemasaran melalui online? Misal seperti: menjual makanan lewat gofood, dll?*
- Ibu Salma : *“Dari mulut kemulut dan tidak pernah mencoba untuk gofood dan shopee food”*
- Peneliti : *Menurut anda bagaimana kualitas produk yang anda ciptakan?*
- Ibu Salma : *“Kalau menurut saya sudah baik, karena saya tidak pernah menggunakan bahan pengawet ke makanan dan minuman saya”*
- Peneliti : *Apa kelebihan produk anda?*
- Ibu Salma : *“Salah satunya itu tadi tidak ada bahan pengawetnya”*
- Peneliti : *Apakah ada kekurangan terhadap produk anda? Jika ada, apa saja kekurangannya?*
- Ibu Salma : *“Dari kemasanya masih pakek kertas minyak dan tidak tahan lama untuk makananya, karena saya masak untuk sekali jual”*

- Peneliti : *Menurut anda, harga jual yang anda tawarkan sudah sesuai dengan rata – rata ekonomi masyarakat, salah satunya mahasiswa?*
- Ibu Salma : *“Kalo menurut saya sudah sangat murah”*
- Peneliti : *Jika mengalami kenaikan harga pokok, apakah anda akan merubah harga produk yang anda jual atau akan mengurangi porsinya?*
- Ibu Salma : *“Kalau saya untuk menaikkan harga kasian kepada para mahasiswa, jadi lebih ke mengurangi porsi produk saya”*
- Peneliti : *Berapa biaya produksi yang anda keluarkan dalam satu produksi?*
- Ibu Salma : *“Kalau saya kurang lebih Rp 300.000”*
- Peneliti : *Menurut anda dengan biaya produksi sebesar itu, apakah sudah mendapat laba yang sesuai?*
- Ibu Salma : *“Allhamdulillah sesuai “*
- Peneliti : *Selain membuat produk, apa ada keahlian lain dalam memasarkan produk?*
- Ibu Salma : *“Masih belum ada”*
- Peneliti : *Jika ada, keahlian apa yang anda gunakan dalam memasarkan produk tsb? Apakah memanfaatkan teknologi yang ada seperti menggunakan gofood, grabfood, dll?*
- Ibu Salma : *“Sebenarnya ingin mencoba, namun saya tidak tahu caranya”*

3. Nama : Ibu Erna
- Tanggal : 16 Mei 2023
- Peneliti : *Bagaimana cara anda mengembangkan wirausaha anda?*
- Ibu Erna : *“Kalau saya mungkin lebih ke variasi sambel, karna kan sayan ini menunya penyetan dan mungkin untuk variasi lauknya saya tambah”*
- Peneliti : *Mengapa anda memilih cara tersebut?*
- Ibu Erna : *“Karena kalau untuk pengembangan tempat masih belum mampu dan sulit”*
- Peneliti : *Apakah pernah mengikuti program pemerintah seperti pelatihan, seminar tentang cara mengembangkan*

- usaha makanan yg di adakan pemerintah atau yang lain?*
- Ibu Erna : *“Belum pernah ikut”*
- Peneliti : *Apakah pernah menerima bantuan dari pemerintah terkait bantuan modal wirausaha?*
- Ibu Erna : *“Kalau saya belum pernah”*
- Peneliti : *Bagaimana sistem pemasaran produk wirausaha anda? Apakah sudah melakukan pemasaran melalui online? Misal seperti: menjual makanan lewat gofood, dll?*
- Ibu Erna : *“Kalau online belum pernah mencoba”*
- Peneliti : *Menurut anda bagaimana kualitas produk yang anda ciptakan?*
- Ibu Erna : *“Kalau menurut saya ya sudah baik, seperti lauk yang saya beli harus segar dan bagus kualitasnya”*
- Peneliti : *Apa kelebihan produk anda?*
- Ibu Erna : *“Kelebihan produk yang saya jual ya tidak ada pengawetnya, jadi lebih sehat”*
- Peneliti : *Apakah ada kekurangan terhadap produk anda? Jika ada, apa saja kekurangannya?*
- Ibu Erna : *“Kalau kekurangannya mungkin lebih ke sambelnya takutnya mudah basi”*
- Peneliti : *Menurut anda, harga jual yang anda tawarkan sudah sesuai dengan rata – rata ekonomi masyarakat, salah satunya mahasiswa?*
- Ibu Erna : *“Menurut saya sudah sesuai”*
- Peneliti : *Jika mengalami kenaikan harga pokok, apakah anda akan merubah harga produk yang anda jual atau akan mengurangi porsinya?*
- Ibu Erna : *“Kalau saya sendiri untuk menaikkan harga takut tidak laku, karena pembeli saya kebanyakan anak kuliah jadi takutnya tidak laku jadi akan saya kurangi porsinya”*
- Peneliti : *Berapa biaya produksi yang anda keluarkan dalam satu produksi?*
- Ibu Erna : *“Untuk sehari kurang lebih Rp 300.000”*
- Peneliti : *Menurut anda dengan biaya produksi sebesar itu, apakah sudah mendapat laba yang sesuai?*

- Ibu Erna : *“Iyaa sudah mendapatkan untung yang sesuai meskipun tidak banyak”*
- Peneliti : *Selain membuat produk, apa ada keahlian lain dalam memasarkan produk?*
- Ibu Erna : *“Untuk sekarang ini belum ada”*
- Peneliti : *Jika ada, keahlian apa yang anda gunakan dalam memasarkan produk tsb? Apakah memanfaatkan teknologi yang ada seperti menggunakan gofood, grabfood, dll?*
- Ibu Erna : *“Iya mungkin ingin mencoba aplikasi grabfood, shopee cuman saya belum mengerti caranya”*

4. Nama : Ibu Ary

Tanggal : 17 Mei 2023

- Peneliti : *Bagaimana cara anda mengembangkan wirausaha anda?*
- Ibu Ary : *“Kalau saya seperti variasi menu yang saya tambah dan berganti setiap harinya, jadi biar tidak bosan”*
- Peneliti : *Mengapa anda memilih cara tersebut?*
- Ibu Ary : *“Karna kalau untuk mengembangkan atau membesarkan tempat agak sulit jadi saya memilih untuk menambah variasi menu saya dan”*
- Peneliti : *Apakah pernah mengikuti program pemerintah seperti pelatihan, seminar tentang cara mengembangkan usaha makanan yg di adakan pemerintah atau yang lain?*
- Ibu Ary : *“Saya sendiri belum pernah”*
- Peneliti : *Apakah pernah menerima bantuan dari pemerintah terkait bantuan modal wirausaha?*
- Ibu Ary : *“Belum pernah”*
- Peneliti : *Bagaimana sistem pemasaran produk wirausaha anda? Apakah sudah melakukan pemasaran melalui online? Misal seperti: menjual makanan lewat gofood, dll?*
- Ibu Ary : *“Kalau untuk online belum mencoba, jadi dari mulut ke mulut”*
- Peneliti : *Menurut anda bagaimana kualitas produk yang anda ciptakan?*

- Ibu Ary : *“Menurut saya sudah baik. Karena saya membeli bahan bahan yang berkualitas”*
- Peneliti : *Apa kelebihan produk anda?*
- Ibu Ary : *“Kelebihan produk saya dari rasanya enak, lalu tidak pernah menggunakan bahan pengawet karena kan makanan rumahan jadi satu kali masak dan besoknya tidak akan saya jual lagi”*
- Peneliti : *Apakah ada kekurangan terhadap produk anda? Jika ada, apa saja kekurangannya?*
- Ibu Ary : *“Tidak tahan lama untuk masakan saya, jadi kalau bisa habis beli langsung makan”*
- Peneliti : *Menurut anda, harga jual yang anda tawarkan sudah sesuai dengan rata-rata ekonomi masyarakat, salah satunya mahasiswa?*
- Ibu Ary : *“Iya sudah sesuai kan kalau harga terlalu mahal takutnya tidak laku”*
- Peneliti : *Jika mengalami kenaikan harga pokok, apakah anda akan merubah harga produk yang anda jual atau akan mengurangi porsi nya?*
- Ibu Ary : *“Kalau saya lebih memilih mengurangi porsi nya daripada menaikkan harganya”*
- Peneliti : *Berapa biaya produksi yang anda keluarkan dalam satu produksi?*
- Ibu Ary : *“Kalau saya perhari kisaran Rp 250.000”*
- Peneliti : *Menurut anda dengan biaya produksi sebesar itu, apakah sudah mendapat laba yang sesuai?*
- Ibu Ary : *“Alhamdulillah laba yang saya dapatkan sudah cukup”*
- Peneliti : *Selain membuat produk, apa ada keahlian lain dalam memasarkan produk?*
- Ibu Ary : *“Belum ada untuk sekarang, saya ingin sebenarnya mencoba seperti gofood cuman saya tidak tahu caranya dan takut”*
- Peneliti : *Jika ada, keahlian apa yang anda gunakan dalam memasarkan produk tsb? Apakah memanfaatkan teknologi yang ada seperti menggunakan gofood, grabfood, dll?*

Ibu Ary : *“Ya ingin sekali mencoba seperti gofood dan shopee food cuman saya tidak tahu caranya dan memiliki rasa takut kalo jualan online”*

5. Nama : Ibu Alam

Tanggal : 18 Mei 2023

Peneliti : *Bagaimana cara anda mengembangkan wirausaha anda?*

Ibu Alam : *“Kalau saya ke variasi menunya untuk lebih dikembangkan”*

Peneliti : *Mengapa anda memilih cara tersebut?*

Ibu Alam : *“Kalau untuk mengembangkan variasi menunya kan biar pembeli tidak bosan tapi kalau mengembangkan tempat belum bisa”*

Peneliti : *Apakah pernah mengikuti program pemerintah seperti pelatihan, seminar tentang cara mengembangkan usaha makanan yg di adakan pemerintah atau yang lain?*

Ibu Alam : *“Belum pernah sampai sekarang”*

Peneliti : *Apakah pernah menerima bantuan dari pemerintah terkait bantuan modal wirausaha?*

Ibu Alam : *“Belum pernah dapat bantuan juga”*

Peneliti : *Bagaimana sistem pemasaran produk wirausaha anda? Apakah sudah melakukan pemasaran melalui online? Misal seperti: menjual makanan lewat gofood, dll?*

Ibu Alam : *“Sekarang ya dari mulut kemulut, kalau untuk online belum pernah coba”*

Peneliti : *Menurut anda bagaimana kualitas produk yang anda ciptakan?*

Ibu Alam : *“Menurut saya sudah baik, seperti saya membeli bahan yang berkualitas”*

Peneliti : *Apa kelebihan produk anda?*

Ibu Alam : *“Kelebihannya saya tidak menggunakan bahan pengawet untuk makanan saya dan untuk minumannya saya juga menggunakan gula asli”*

Peneliti : *Apakah ada kekurangan terhadap produk anda? Jika ada, apa saja kekurangannya?*

- Ibu Alam : *“Kekurangannya mungkin dari makanan yang tidak tahan lama”*
- Peneliti : *Menurut anda, harga jual yang anda tawarkan sudah sesuai dengan rata – rata ekonomi masyarakat, salah satunya mahasiswa?*
- Ibu Alam : *“Kalau menurut saya ya sudah sesuai untuk kantong mahasiswa”*
- Peneliti : *Jika mengalami kenaikan harga pokok, apakah anda akan merubah harga produk yang anda jual atau akan*
- Ibu Alam : *“Kalau untuk menaikkan harga saya tidak tega sama mahasiswa, jadi saya akan kurangi porsi dan harganya masih tetap”*
- Peneliti : *Berapa biaya produksi yang anda keluarkan dalam satu produksi?*
- Ibu Alam : *“Sehari kurang lebih Rp 300.000”*
- Peneliti : *Menurut anda dengan biaya produksi sebesar itu, apakah sudah mendapat laba yang sesuai?*
- Ibu Alam : *“Sudah sesuai, ya disyukuri saja meskipun laba yang saya dapat tidak begitu banyak”*
- Peneliti : *Selain membuat produk, apa ada keahlian lain dalam memasarkan produk?*
- Ibu Alam : *“Sekarang saya belum memiliki keahlian apapun”*
- Peneliti : *Jika ada, keahlian apa yang anda gunakan dalam memasarkan produk tsb? Apakah memanfaatkan teknologi yang ada seperti menggunakan gofood, grabfood, dll?*
- Ibu Alam : *“Ya mungkin akan mencoba grabfood dan gofood itu, tapi saya juga masih belum tahu caranya, lalu kalo pakek aplikasi itu nanti saya bingung kalau orderan di took ramai dan tidak bisa melayani yang online”*

6. Nama : Bapak Safik
 Tanggal : 21 Mei 2023
- Peneliti : *Bagaimana cara anda mengembangkan wirausaha anda?*
- Bapak Safik : *“Kalau mengembangkan mungkin seperti sudah menambah vasilitas seperti wifi, dan untuk menambah variasi menu”*
- Peneliti : *Mengapa anda memilih cara tersebut?*
- Bapak Safik : *“Karena kalau untuk mengembangkan tempat saya masih belum bisa”*
- Peneliti : *Apakah pernah mengikuti program pemerintah seperti pelatihan, seminar tentang cara mengembangkan usaha makanan yang di adakan pemerintah atau yang lain?*
- Bapak Safik : *“Belum pernah kalau saya”*
- Peneliti : *Apakah pernah menerima bantuan dari pemerintah terkait bantuan modal wirausaha?*
- Bapak Safik : *“Tidak pernah jadi pyur dari dana saya sendiri”*
- Peneliti : *Bagaimana relatif pemasaran produk wirausaha anda? Apakah sudah melakukan pemasaran melalui online? Misal seperti: menjual makanan lewat gofood, dll?*
- Bapak Safik : *“Kalau untuk online saya pribadi belum mencoba”*
- Peneliti : *Menurut anda bagaimana kualitas produk yang anda ciptakan?*
- Bapak Safik : *“Menurut saya ya sudah bagus”*
- Peneliti : *Apa kelebihan produk anda?*
- Bapak Safik : *“Kelebihannya saya tidak pernah menggunkan bahan pengawet untuk mengawetkan produk saya”*
- Peneliti : *Apakah ada kekurangan terhadap produk anda? Jika ada, apa saja kekurangannya?*
- Bapak Safik : *“Kekurangan mungkin kemasan saya belum menarik, karena mahasiswi biasanya melihat dari kemasan yang menarik dan berkeinginan untuk membeli dan makanan saya tidak tahan lama”*
- Peneliti : *Menurut anda, harga jual yang anda tawarkan sudah sesuai dengan rata – rata ekonomi masyarakat, salah satunya mahasiswa?*

- Bapak Safik : *“Ya sudah sesuai”*
- Peneliti : *Jika mengalami kenaikan harga pokok, apakah anda akan merubah harga produk yang anda jual atau akan mengurangi porsinya?*
- Bapak Safik : *“Kalau saya mengurangi porsinya”*
- Peneliti : *Berapa biaya produksi yang anda keluarkan dalam satu produksi?*
- Bapak Safik : *“Kisaran Rp 300.000”*
- Peneliti : *Menurut anda dengan biaya produksi sebesar itu, apakah sudah mendapat laba yang sesuai?*
- Bapak Safik : *“Sudah sesuai alhamdulillah meskipun tidak banyak”*
- Peneliti : *Selain membuat produk, apa ada keahlian lain dalam memasarkan produk?*
- Bapak Safik : *“Belum ada untuk sekarang, apalagi sekaang kan maraknya order online seperti itu, tapi saya belum pernah mencoba”*
- Peneliti : *Jika ada, keahlian apa yang anda gunakan dalam memasarkan produk tsb? Apakah memanfaatkan teknologi yang ada seperti menggunakan gofood, grabfood, dll?*
- Bapak Safik : *“Mungkin saya ingin mencoba aplikasi gofood dan yang lainnya apalagi kan kebanyakan pembeli saya adalah mahasiswa yang semua sudah bisa menggunakan hp”*

Lampiran 3 Kuesioner Penelitian

Strategi Pengembangan Kewirausahaan untuk Menciptakan Pelaku Usaha yang Kompetitif pada Kelompok UMKM Makanan dan Minuman di Daerah Gebang Kidul

a. Petunjuk Pengisian

Setiap bulir pernyataan wajib dijawab 1 kali.

Pengisian bulir pernyataan sesuai dengan pengalaman individu dari responden.

Setiap bulir pernyataan menggunakan skor 1-4 dengan penjelasan jawaban sebagai berikut :

Alternatif Jawaban	Skor
Tidak Setuju (TS)	1
Kurang Setuju (KS)	2
Setuju (S)	3
Sangat Setuju (SS)	4

b. Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan

c. Daftar Pernyataan

Peneliti telah menyediakan daftar pernyataan untuk dijawab oleh responden, setiap bulir pernyataan dapat diisi dengan memberikan tanda centang.

No.	PERNYATAAN	TS	KS	S	SS
Strenght (Kekuatan)					
1	Lokasi yang Strategis				
2	Harga Relatif Murah				
3	Tidak Menggunakan Bahan Pengawet				
4	Banyak Variasi Menu yang Ditawarkan				
Weakness (Kelemahan)					
1	Tidak ada yang menyediakan pembayaran digital				

2	Fasilitas tempat kurang nyaman (kurangnya tempat parkir, kurangnya tempat duduk dikarenakan tempat yang kecil)				
3	Tidak memiliki aplikasi online (grabfoof atau shopeefood, dll)				
4	Makanan yang tidak tahan lama				
5	Blm adanya keahlian SDM dalam menggunakan pemasaran online				
6	Kemasan kurang menarik				
Oppportunities (Peluang)					
1	Konsumen mayoritas mahasiswa yang rata – rata tidak pernah memasak				
2	Mahasiswa yang semuanya sudah ahli dalam menggunakan media pemasaran online (aplikasi shopeefood atau gofood)				
3	Harga yang terlalu mahal dikantin kampus				
4	Daerah Gebang yang banyak tempat kos				
Threats (Ancaman)					
1	Munculnya UMK baru yang menyediakan menu viral yang sedang diminati oleh kalangan mahasiswa				
2	Pesaing banyak memeberikan promo secara online maupun offline sehingga membuat konsumen memilih membeli di tempat tersebut				
3	Harga bahan baku yang berubah – ubah sehingga penjual harus menyesuaikan				
4	Banyak UMK baru yang menggunakan media promosi online (Instagram, TikTok, dll)				

Lampiran 4 Tabulasi Data Responden

a. Data Responden IFAS

Responden	Pernyataan									
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1	4	4	4	3	4	2	4	3	3	3
2	4	3	3	4	2	3	2	3	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3
5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3
6	4	4	2	2	2	2	2	2	3	3
7	4	4	4	4	2	3	2	3	3	3
8	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3
9	3	4	3	3	2	2	3	2	3	2
10	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2
11	4	4	4	4	2	2	2	2	2	3
12	4	4	4	4	2	1	1	1	2	2
13	4	4	3	4	3	2	2	2	4	3
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3
16	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4
17	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2
18	4	4	4	4	4	2	4	3	4	3
19	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3
20	3	3	4	3	4	3	4	3	2	3
21	3	4	4	4	4	2	4	2	4	2
22	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
23	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3
24	4	4	4	3	4	2	4	3	4	3
25	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3
26	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
27	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
29	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3

30	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3
31	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2
32	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3
33	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3
34	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3
35	4	4	4	3	4	2	4	3	4	3
Rata - rata	3.66	3.86	3.7	3.6	3.5	2.8	3.4	3.1	3.5	3
Answer	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3

b. Data Responden EFAS

Responden	Pernyataan							
	A	B	C	D	E	F	G	H
1	4	4	4	4	3	3	4	3
2	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	3	3	4	3	3
5	4	4	4	4	4	3	4	3
6	3	3	3	3	4	4	4	4
Rata - rata	3.67	3.67	3.7	3.7	3.7	3.7	3.8	3.5
Answer	4	4	4	4	4	4	4	4

c. Data Tabulasi untuk Pembobotan

Pernyataan	Ibu Tutik	Ibu Salma	Ibu Erna	Ibu Ary	Ibu Alam	Bapak Safik	Total	Answer
Lokasi yang strategis	3	2	3	3	3	3	17	3
Harga relatif murah	3	3	3	3	3	3	18	3
Tidak menggunakan bahan pengawet	1	1	2	2	1	1	8	1
Banyak variasi menu yang ditawarkan	3	2	2	3	2	2	14	2
Tidak ada yang menyediakan pembayaran digital	3	2	3	3	3	2	16	3
Fasilitas tempat kurang nyaman (kurangnya tempat parkir, kurangnya tempat duduk dikarenakan tempat yang kecil)	2	2	2	2	2	2	12	2
Tidak memiliki aplikasi online (grabfoof atau shopeefood, dll)	3	2	1	1	1	2	10	2
Makanan yang tidak tahan lama	1	1	1	1	1	1	6	1
Blm adanya keahlian SDM dalam menggunakan pemasaran online	1	2	2	1	1	1	8	1

Kemasan kurang menarik	2	1	1	2	2	2	10	2
Konsumen mayoritas mahasiswa yang rata – rata tidak pernah memasak	3	3	3	3	3	3	18	3
Mahasiswa yang semuanya sudah ahli dalam menggunakan media pemasaran online (aplikasi shopeefood atau gofood)	3	2	3	3	3	3	17	3
Harga yang terlalu mahal dikantin kampus	2	2	2	2	2	2	12	2
Daerah Gebang yang banyak tempat kos	2	2	3	3	3	3	16	3
Munculnya UMK baru yang menyediakan menu viral yang sedang diminati oleh kalangan mahasiswa	2	2	2	2	2	2	12	2
Pesaing banyak memberikan promo secara online maupun offline sehingga membuat konsumen memilih membeli di tempat tersebut	1	2	1	2	2	2	10	2

Harga bahan baku yang berubah – ubah sehingga penjual harus menyesuaikan	3	3	3	3	3	3	18	3
Banyak UMK baru yang menggunakan media promosi online (Instagram, TikTok, dll)	2	1	2	3	2	2	12	2

Lampiran 5 Foto Kegiatan



Lampiran 6 Bukti Bimbingan



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 : Chumaida Qudrotul Nada

NBI : 1121900136

Program Studi : Administrasi Niaga

Dosen Pembimbing I : Dra. Sri Andayani, M.M

Dosen Pembimbing II : Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P

Judul Skripsi *Star* Pengembangan Kewirausahaan Untuk Menciptakan Pelaku Usaha Yang Kompetitif Pada UMKM Seblak Aulia di Keputih *telengkap dengan*
 Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Variasi Menu Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Makan Cak-Din..

No.	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1.	<i>10/5/23</i>	<i>Judul Aee</i>	<i>§</i>	
2.	<i>12-5-23</i>	<i>Judul kok berubah jauh dr konteks judul semula?</i>		
		<i>Paraf I perbaiki manfaat praktis dr berikan gambaran tgg obyek penelitian</i>		<i>h</i>
3.	<i>19-5-23</i>	<i>Bab I Aee</i>		<i>} h</i>
		<i>Bab II Tambahkan teori SWOT</i>		
		<i>Paraf III Tetapkan informan, subyek dan obyek penelitian</i>		
4	<i>31/5/23</i>	<i>Bab I Aee</i>	<i>§</i>	
		<i>Bab I. Aee / Perbaiki</i>	<i>§</i>	
		<i>Bab III Aee</i>		



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 : fisp@untag-sby.ac.id

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
5	6-6-23	Prab II Acc. Prab III Acc	<i>[Signature]</i>	
6	8-6-23	Interview Guide Acc	<i>[Signature]</i>	
7	20-6-23	Prab IV Sempurnakan sesuai cara Prab V	} <i>[Signature]</i>	
8	21-6-23	Prab IV & V Acc.	<i>[Signature]</i>	
9	22/25 16	Bab <u>IV</u> & <u>V</u> (Acc) <i>Perbaik smpurn satan</i>	<i>[Signature]</i>	

Catatan:

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

Bimbingan dinyatakan telah selesai

Tanggal: *27/2023*

Dosen Pembimbing I,

[Signature]
 (.....)

Dosen Pembimbing II,

[Signature]
 (.....)

Lampiran 7 Hasil Turnitin



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
LABORATORIUM OTONOMI DAERAH
Gedung F Lantai 2 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Jl. Semolowaru No. 45 Surabaya, Telp. (031) 5951800

SURAT KETERANGAN

Nomor: 676/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 : Chumaida Qudrotul N
NBI : 1121900136

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,

Yusuf Hariyoko, S.AP., M.AP
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

Lampiran 8 Bebas Laboratorium



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



Gedung F Lantai 1 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Jl. Semolowaru No. 45 Surabaya, Telp. (031) 5931800

SURAT KETERANGAN

Nomor: 311/SK/KWU-K/Genap/VII/2021

Kepala Laboratorium Kewirausahaan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Surabaya

Nama : Beta Puspitaning Ayodya, S.Sos., MA

NPP : 20150.17.0746

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Chumaida Qudrotul Nada

NBI : 1121900136

telah menyelesaikan pembayaran Laboratorium Kewirausahaan.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 20 Juli 2021
Kalab. Kewirausahaan,

Beta Puspitaning Ayodya, S.Sos., MA.
NPP: 20150.17.0746

Lampiran 9 Lembar Revisi

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI NIAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Chumaida Qudrotul Nada

NIM : 1121900136

Hari/ Tanggal Ujian : Selasa, 4 Juli 2023

Catatan Perbaikan:

- Abstrak

Perbaiki sesuai fkm

Surabaya,

Persetujuan Dosen Penguji 1 Telah Revisi/Perbaikan, Revisi dari Dosen Penguji 1,

()

()

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Chumaida Qudrotul Nada

NIM : 1121900136

Hari/ Tanggal Ujian : Selasa, 4 Juli 2023

Catatan Perbaikan:

Handwritten signature: Handwritten signature

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

(Handwritten signature)

(Handwritten signature)

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Chumaida Qudrotul Nada

NIM : 1121900136

Hari/ Tanggal Ujian : Selasa, 4 Juli 2023

Catatan Perbaikan:

- Dalamnya UMCM → UMK ✓
- Abstrak - ✓
- Rekomendasi → tesis ✓
- Daftar Pustaka ✓

Surabaya, 07 Juli 2023.
Persetujuan Dosen Penguji 3 Telah Revisi/Perbaikan, Revisi dari Dosen Penguji 3,



(Diara J.M.)

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

**Strategi Pengembangan Kewirausahaan untuk
Menciptakan Pelaku Usaha yang Kompetitif
pada Kelompok UMKM Makanan dan Minuman
di Daerah Gebang Kidul**

Chumaida Qudrotul Nada

Universitas 17 Agustus 1945

Surabaya, chumaida.qudrotulnada@gmail.com

Sri Andayani

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, sri@untag-sby.ac.id

Ayun Maduwinarti

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, ayun@untag-sby.ac.id

Abstract

UMKM or micro, small, medium enterprises are one of the drivers of economic development because they are considered more capable of surviving despite the economic crisis. The food and beverage stall business is currently showing very rapid development and competition. The obstacles faced by food and beverage UMKM in the Gebang Kidul area are in terms of increasing the number of consumers. Because the majority of consumers from UMKM in the village are students from the ITS, PENS and PPNS campuses. The purpose of this research is to find out and analyze the Entrepreneurship Development Strategy to Create Competitive Business Actors in the Food and Beverage UMKM Group in the Gebang Kidul Region. The type of research used in this research is to use a qualitative approach with the SWOT method. In qualitative research, the main characteristics come from the natural background / reality in the community, using qualitative methods with observation steps, interviews and SWOT analysis. Based on the results of this study, it shows that food and beverage SMEs in the

Gebang Kidul area to develop competitive MSME actors have strengths and opportunities, so they can take advantage of existing opportunities. The strategy that can be applied in this condition is to support an aggressive growth policy (Growth Oriented Strategy).

Keywords: UMKM, Development Strategy, Competitive

Abstrak

UMKM atau usaha mikro, kecil, menengah adalah salah satu pendorong dalam pembangunan ekonomi karena dianggap lebih mampu bertahan meskipun terjadi krisis ekonomi. Usaha warung makan dan minuman sekarang ini menunjukkan perkembangan dan persaingan yang sangat pesat. Untuk kendala yang dihadapi oleh UMKM makanan dan minuman di daerah Gebang Kidul ini adalah dalam hal peningkatan jumlah konsumen. Karena untuk konsumen dari UMKM di kampung tersebut mayoritas adalah mahasiswa dari kampus ITS, PENS dan PPNS. Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana strategi Pengembangan Kewirausahaan untuk Menciptakan Pelaku Usaha yang Kompetitif pada Kelompok UMKM Makanan dan Minuman di Daerah Gebang Kidul. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode SWOT. Dalam penelitian kualitatif, karakteristik utama berasal dari latar belakang alami/kenyataan di masyarakat, menggunakan metode kualitatif dengan langkah pengamatan, wawancara dan analisis SWOT. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM makanan dan minuman di Daerah Gebang Kidul untuk mengembangkan pelaku UMKM yang kompetitif memiliki kekuatan dan peluang, sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang dapat diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (Growth Oriented Strategy).

Kata Kunci : UMKM, Strategi Pengembangan, Kompetitif

Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu negara yang secara garis besar mayoritas penduduknya berwirausaha. Kewirausahaan bisa

dibilang sebagai modal dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara, karena peran dari kewirausahaan sangat penting untuk kesejahteraan dan kemajuan sebuah negara. Selain itu, jumlah penduduk Indonesia yang meningkat secara tidak langsung membuat peningkatan kebutuhan hidup. Dari banyaknya bidang usaha seperti pada bidang kuliner, fashion, kecantikan, otomotif, Pendidikan dan masih banyak lagi. Namun jika dilihat dari banyaknya bidang usaha, bidang kuliner merupakan usaha yang paling strategis untuk dikembangkan karena bidang usaha ini tidak memerlukan modal usaha yang banyak. Karena bidang kuliner yang sejatinya berkaitan dengan makanan yang merupakan konsumsi primer semua orang. Persaingan antar pengusaha yakni untuk mendapatkan konsumen sebanyak mungkin, sehingga untuk itu para UMKM harus memperhatikan strategi yang digunakan untuk memenangkan persaingan. Hal tersebut diperlukan keunggulan kompetitif, Keunggulan kompetitif terbentuk dari upaya memberikan nilai tertentu kepada pengguna berupa penekanan pada pengorbanan atau peningkatan manfaat (Andayani, 2011; Hutomo, 2011) dalam (Ernawati et al., 2022)

UMKM atau usaha mikro, kecil, menengah adalah salah satu pendorong dalam pembangunan ekonomi karena dianggap lebih mampu bertahan meskipun terjadi krisis ekonomi. Kontribusi UMKM di Indonesia tidak diragukan lagi dibandingkan dengan usaha-usaha yang lebih besar dikarenakan sebagian besar UMKM

membuka usaha dengan modal sendiri sedangkan usaha usaha yang lebih besar meminjam modal dari bank.

Gebang Kidul adalah nama kampung di daerah Surabaya Timur yang berada didekat banyak Universitas seperti ITS (Institut Teknologi Sepuluh Nopember), PENS (Politeknik Elektronika Negeri Surabaya), dan PPNS (Politeknik Perkapalan Negeri Surabaya). Yang membuat warga sekitar dengan adanya peluang, membuka usaha (UMK) seperti warung makanan dan minuman. Usaha warung makan dan minuman sekarang ini menunjukkan perkembangan dan persaingan yang sangat pesat. Untuk kendala yang dihadapi oleh UMK makanan dan minuman di daerah Gebang Kidul ini adalah dalam hal SDM yang rendah karena sebagian besar pelaku UMK banyak yang belum tahu tentang perkembangan teknologi yang seharusnya bisa mereka manfaatkan untuk peningkatan jumlah konsumen. Karena untuk konsumen dari UMK di kampung tersebut mayoritas adalah mahasiswa dari kampus ITS, PENS dan PPNS. Jadi jika liburan semester datang maka UMK tersebut akan sepi. Dari para pelaku UMK di daerah Gebang Kidul perlunya menjadi pelaku usaha yang kompetitif karena dengan perkembangan zaman dan munculnya berbagai teknologi yang canggih membuat mereka harus mengikuti perkembangan zaman agar usahanya bisa maju dan berkembang. Untuk menjadikan pelaku usaha yang kompetitif maka pentingnya bagi pelaku usahan tentang analisis SWOT untuk menemukan strategi yang cocok untuk pengembangan.

Dari penjelasan diatas dan dengan permasalahan yang ada, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kelangsungan UMK di Daerah Gebang Kidul. Selain ketatnya persaingan, perlunya menjadikan pelaku UMK yang kompetitif agar dapat menghadapi persaingan. Oleh karena itu, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul “Strategi Pengembangan Kewirausahaan untuk Menciptakan Pelaku Usaha yang Kompetitif pada Kelompok UMKM Makanan dan Minuman di Daerah Gebang Kidul”.

Metode

Rancangan pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode SWOT. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Dalam penelitian kualitatif, karakteristik utama berasal dari latar belakang alami/kenyataan di masyarakat, menggunakan metode kualitatif dengan langkah pengamatan dan wawancara. Penyajian dan analisis data pada penelitian ini dilakukan secara naratif. Analisis SWOT merupakan suatu penyempurnaan pemikiran dari berbagai kerangka kerja dan rencana strategi yang pernah diterapkan baik di medan pertempuran maupun bisnis. Pada penelitian ini digunakan salah satu alat analisa yaitu metode SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threats*). SWOT adalah

suatu bentuk analisis didalam manajemen perusahaan atau dalam organisasi yang secara sistematis dapat membantu dalam usaha penyusunan suatu rencana yang matang untuk mencapai tujuan, baik tujuan jangka pendek maupun panjang. Analisis SWOT adalah penilaian terhadap hasil identifikasi situasi, untuk menentukan suatu kondisi dikategorikan sebagai kekuatan, kelemahan, peluang atau ancaman. Dalam sumber lain disebutkan, analisis SWOT yaitu membandingkan kondisi lingkungan internal perusahaan dengan kondisi eksternal perusahaan.

Hasil Dan Pembahasan

Deskripsi Objek

Menurut Schaper et al (2011) dalam (Diandra, 2019) dalam bukunya menjelaskan bahwa kewirausahaan adalah proses, yang dibawa oleh individu-individu dalam mengidentifikasi peluang kewirausahaan baru, lalu mengubahnya menjadi produk atau jasa yang dapat dijual. Menurut Rangkuti (2004:3) dalam (Nisak, 2013), strategi adalah alat untuk mencapai tujuan. Sedangkan menurut Hamel dan Prahalad (1995:4) dalam (Nisak, 2013), strategi adalah tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus dan dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan Menurut Puspitaningtyas Z (2018) dalam (Diandra, 2019) menjelaskan bahwa pengembangan kewirausahaan merupakan suatu proses mengidentifikasi, mengembangkan dan menerapkan visi ke dalam perilaku kehidupan. Keunggulan kompetitif merupakan hubungan atau rangkaian berbagai sumber daya

perusahaan. Pentingnya keunggulan kompetitif di dalam organisasi tidak terbatas pada faktor eksternal. Sumber internal keunggulan kompetitif suatu perusahaan dianggap sebagai faktor penting yang tidak kalah pentingnya untuk meraih kesuksesan (Wang, Lin, & Chu, 2011) dalam (Tyoso & Haryanti, 2020). Fredi Rangkuti (2004: 18) dalam (Nisak, 2013) menjelaskan bahwa Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).

Gebang Kidul adalah nama kampung di daerah Surabaya Timur yang berada di dekat banyak Universitas seperti ITS (Institut Teknologi Sepuluh Nopember), PENS (Politeknik Elektronika Negeri Surabaya), dan PPNS (Politeknik Perkapalan Negeri Surabaya). Yang membuat warga sekitar dengan adanya peluang, membuka usaha (UMK) seperti warung makanan dan minuman. Dan untuk konsumen dari mereka adalah para mahasiswa dan mahasiswi dari beberapa kampus tersebut. Jadi dapat disimpulkan bahwa UMK di Daerah Gebang Kidul masih memiliki SDM yang rendah. Dari para pemilik usaha sebenarnya ingin menggunakan pemasaran online namun belum memiliki kemampuan dan memiliki rasa takut untuk mencoba, dikarenakan mereka belum pernah dapat pelatihan dan pengetahuan tentang

pemasaran online. Dan pelaku UMK gebang kidul sendiri hanya mengandalkan pemasaran dari mulut kemulut.

Analisa SWOT dari UMK makanan dan minuman di Daerah Gebang Kidul

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara maka diperoleh informasi tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh UMK di Daerah Gebang Kidul yaitu:

Tabel 1
Analisa SWOT

<p>Strength (Kekuatan)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Lokasi yang strategis - Harga relative murah - Tidak menggunakan bahan pengawet - Banyak variasi menu yang ditawarkan
<p>Weakness (Kelemahan)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak ada yang menyediakan pembayaran digital - Fasilitas tempat kurang nyaman (kurangnya tempat parkir, kurangnya tempat duduk dikarenakan tempat yang kecil) - Tidak memiliki aplikasi online (gofood atau shopeefood, dll) - Makanan yang tidak tahan lama - Blm adanya keahlian SDM dalam menggunakan pemasaran online - Kemasan kurang menarik

<p>Opportunities (Peluang)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Konsumen mayoritas mahasiswa yang rata – rata tidak pernah memasak - Mahasiswa yang semuanya sudah ahli dalam menggunakan media pemasaran online (aplikasi shopeefood atau gofood) - Harga yang terlalu mahal dikantin kampus - Daerah Gebang yang banyak tempat kos
<p>Threats (Ancaman)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Munculnya UMK baru yang menyediakan menu viral yang sedang diminati oleh kalangan mahasiswa - Pesaing banyak memeberikan promo secara online maupun offline sehingga membuat konsumen memilih membeli di tempat tersebut - Harga bahan baku yang berubah – ubah sehingga penjual harus menyesuaikan - Banyak UMK baru yang menggunakan media promosi online (Instagram, TikTok, dll)

Analisis SWOT dapat dilakukan dengan menggunakan matriks SWOT. Matriks SWOT adalah sebuah alat penting yang bertujuan untuk melakukan pengembangan empat tipe strategi pemasaran yaitu:

- a) Strategi SO (*Strength-Opportunities*) Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan

memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang yang sebesar - besarnya

- b) Strategi ST (*Strenghts-Threats*) Adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
 - c) Strategi WO (*Weknesses- Opportunities*) Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
 - d) Strategi WT (*Weknesses- Threats*) Strategi ini berdasarkan pada kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Analisis SWOT (IFAS dan EFAS)

Analisis IFAS (Internal Factor Analisis SWOT)

Matrik IFAS (Internal Factor Analysis Summary) Menurut David, ada lima tahap penyusunan matriks Internal Factor Analysis Summary (IFAS):

- a) Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan.
- b) Beri bobot masing-masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Bobot yang diberikan kepada masing-masing faktor mengidentifikasi tingkat penting relatif dari faktor terhadap keberhasilan perusahaan dalam suatu industri. Tanpa memandang apakah faktor kunci itu adalah kekuatan atau kelemahan internal, faktor yang dianggap memiliki pengaruh paling besar dalam kinerja organisasi harus diberikan bobot yang tinggi. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0

- c) Berikan rating 1 sampai 4 bagi masing-masing faktor untuk menunjukkan apakah faktor tersebut memiliki kelemahan yang besar (rating = 1), kelemahan yang kecil (rating = 2), kekuatan yang kecil (rating = 3) dan kekuatan yang besar (rating = 4). Jadi sebenarnya, rating mengacu pada perusahaan sedangkan bobot mengacu pada industri dimana perusahaan berada.
- d) Kalikan masing-masing bobot dengan rating-nya untuk mendapatkan score.
- e) Jumlahkan total skor masing-masing variabel. Berapapun banyaknya faktor yang dimasukkan dalam matrik IFAS, total rata-rata tertimbang berkisar antara yang rendah 1,0 dan tertinggi 4,0 dengan rata-rata 2,5. Jika total rata-rata dibawah 2,5 menandakan bahwa secara internal perusahaan lemah, sedangkan total nilai diatas 2,5 mengindikasikan posisi internal yang kuat.

Tabel 2
Analisis IFAS

No	Faktor Internal			
	STRENGTHS (Kekuatan)	Bobot	Rating	Skor
1	Lokasi yang strategis	0.15	4	0.6
2	Harga relative murah	0.15	4	0.6
3	Tidak menggunakan bahan pengawet	0.05	4	0.2
4	Banyak variasi menu yang ditawarkan	0.1	4	0.4
	Jumlah	0.45		1.8
WEAKNESS (Kelemahan)				
1	Tidak ada yang menyediakan pembayaran digital	0.15	3	0.45
2	Fasilitas tempat kurang nyaman (kurangnya tempat parkir, kurangnya tempat duduk dikarenakan tempat yang kecil)	0.1	3	0.3
3	Tidak memiliki aplikasi online (grabfoof atau shopeefood, dll)	0.1	3	0.3
4	Makanan yang tidak tahan lama	0.05	3	0.15
5	Blm adanya keahlian SDM dalam menggunakan pemasaran online	0.05	4	0.2
6	Kemasan kurang menarik	0.1	3	0.3
	Jumlah	0.55		1.7
Total		1		3.5

Analisis EFAS (Eksternal Factor Analisis SWOT)

Matrik EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary) Menurut David, ada lima tahap penyusunan Matriks External Factor Analysis Summary (EFAS):

- 1) Tentukan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman.
- 2) Beri bobot masing-masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.
- 3) Menghitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai 1 sampai 4, dimana 4 (respon sangat bagus), 3 (respon di atas rata-rata), 2 (respon rata-rata), 1 (respon di bawah rata-rata). Rating ini berdasarkan pada efektivitas strategi perusahaan, dengan demikian nilainya berdasarkan pada kondisi perusahaan.
- 4) Kalikan masing-masing bobot dengan rating-nya untuk mendapatkan score.

Tabel 3
Analisis EFAS

No	Faktor Eksternal			
	OPPORTUNITIES (Peluang)	Bobot	Rating	Skor
1	Konsumen mayoritas mahasiswa yang rata - rata tidak pernah memasak	0.15	4	0.6
2	Mahasiswa yang semuanya sudah ahli dalam menggunakan media pemasaran online (aplikasi shopeefood atau gofood)	0.15	4	0.6
3	Harga yang terlalu mahal dikantin kampus	0.1	4	0.4
4	Daerah Gebang yang banyak tempat kos	0.15	4	0.6
	Jumlah	0.55		2.2

	THREATS (Ancaman)			
1	Munculnya UMK baru yang menyediakan menu viral yang sedang diminati oleh kalangan mahasiswa	0.1	4	0.4
2	Pesaing banyak memeberikan promo secara online maupun offline sehingga membuat konsumen memilih membeli di tempat tersebut	0.1	4	0.4
3	Harga bahan baku yang berubah – ubah sehingga penjual harus menyesuaikan	0.15	4	0.6
4	Banyak UMK baru yang menggunakan media promosi online (Instagram, TikTok, dll)	0.1	4	0.4
	Jumlah	0.45		1.8
	Total	1		4

Penghitungan Matrik dan Prioritas Strategi

Berdasarkan analisis tabel factor internal dan factor eksternal diatas menunjukkan fator kekuatan (S) mempunyai skor 1,8 dan kelemahan (W) dengan skor 3,5. Sedangkan factor peluang (O) mempunyai skor 2,2 dan factor ancaman (T) dengan skor 1,8. Sehingga di dapat skor IFAS yaitu sebesar 3,5 dan skor EFAS sebesar 4.

Untuk menentukan posisi koordinat kuadran, dapat dicari dengan cara menghitung selisih dari total faktor kekuatan (S) dengan total faktor kelemahan (W). Kemudian dihitung juga selisih dari total skor peluang (O) dengan total skor ancaman (T) sebagai berikut :

$$\text{IFAS} = \text{Total Skor Kekuatan} - \text{Total Skor Kelemahan}$$

$$= 1,8 - 1,7 = 0,1$$

$$\text{EFAS} = \text{Total Skor Peluang} - \text{Total Skor Ancaman}$$

$$= 2,2 - 1,8$$

$$= 0,4$$

Kuadran 1: Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki kekuatan dan peluang, sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*).

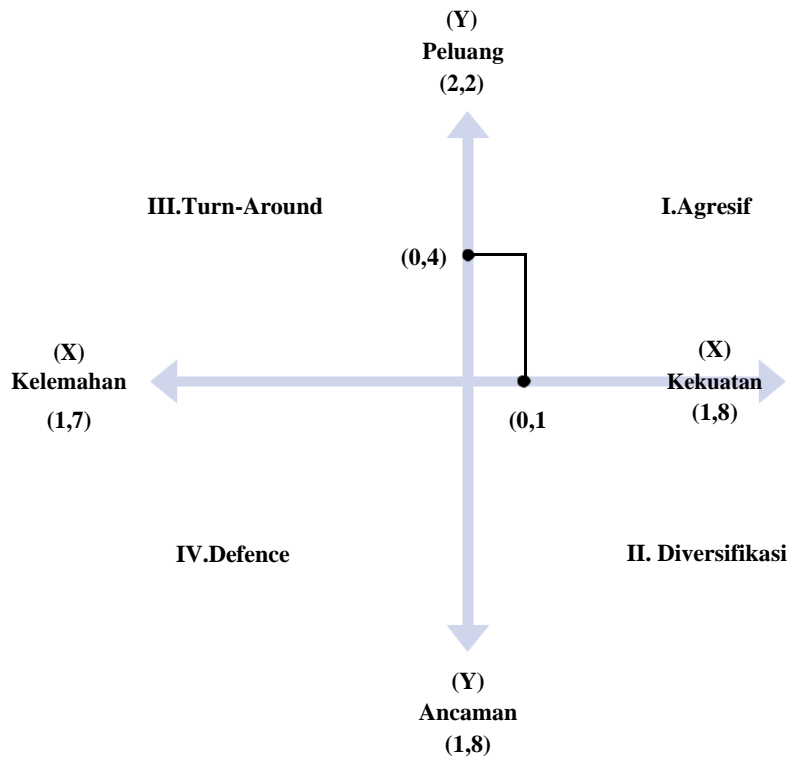
Kuadran 2: Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus ditetapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi *diversifikasi* (produk/pasar).

Kuadran 3: Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak ia menghadapi beberapa kendala atau kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran 3 ini mirip dengan Question Mark pada BCG matrik. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah - masalah internal perusahaan, sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran 4: Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal. Melalui analisis SWOT,

perusahaan dapat melihat evaluasi keseluruhan terhadap kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Treath*). Tujuan fundamental analisis SWOT adalah untuk mengidentifikasi trend, kekuatan dan kondisi yang memiliki dampak potensial pada formulasi dan implementasi strategi pemasaran perusahaan.

Hasil dari semua faktor tersebut kemudian dapat digambarkan dalam kuadran SWOT sebagai berikut:



Analisis SWOT UMK di Daerah Gebang Kidul

Tabel 4

Luasan Matrik

Luasan Matrik

Kuadran	Posisi Titik		Luas Matrik	Strategi	Rangking
SO	1,8	2,2	3,96	Agresif	1
ST	1,8	1,8	3,24	Diversifikasi	3
WO	1,7	2,2	3,74	Turn - Arround	2
WT	1,7	1,8	3,06	Defensif	4

Sumber : Diolah oleh peneliti, 2023

Dari pengolahan data untuk mengetahui luas matrik dan rangking strategi pada tabel diatas, maka diperoleh hasil luas matrik terbesar pada kuadran I dengan luas matrik 3,96. Uraian mengenai posisi rangking luas matrik kuadran pada tabel diatas antara lain :

1. Rangking ke 1 : Pada kuadran I dengan luas matrik 3,96
2. Rangking ke 2 : pada kuadran III dengan luas matrik 3,74
3. Rangking ke 3 : pada kuadran II dengan luas matrik 3,24
4. Rangking ke 4 ; pada kuadran IV dengan luas matrik 3,06

Berdasarkan perolehan rangking tersebut maka dapat di gambarkan dalam tabel kombinasi strategi matrik SWOT sebagai berikut:

Tabel 4

Tabel Kombinasi Matrik SWOT

	STRENGTH (S)	WEAKNES (W)
OPPORTUNITIES (O)	Strategi SO 1,8 + 2,2 4 I	Strategi WO 1,7 + 2,2 3,9 II
THREATS (T)	Strategi ST 1,8 + 1,8 3,6 III	Strategi WT 1,7 + 1,8 2,5 IV

Sumber : Diolah oleh peneliti, 2023

Hasil pada tabel di atas menunjukkan bahwa strategi utama yang dihasilkan adalah strategi SO dengan nilai tertinggi yaitu 4 pada posisi 1 yaitu menggunakan kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar – besarnya.

Kesimpulan

Total skor analisis factor strategi internal (IFAS) memperoleh skor 3,5 hal ini menunjukkan bahwa UMK di Daerah Gebang Kidul memiliki kekuatan yang besar untuk menghadapi peluang dan ancaman yang terjadi, Jumlah skor EFAS yang telah dilakukan pembobotan dan rating sebesar 4 menunjukkan bahwa UMK di Daerah Gebang Kidul cukup tanggap atau resposif dengan adanya peluang dan ancaman yang terjadi.

Berdasarkan tabel analisis faktor internal dan faktor eksternal, fator kekuatan (S) mempunyai skor 1,8 dan kelemahan

(W) dengan skor 1,7. Sedangkan factor peluang (O) mempunyai skor 2,2 dan factor ancaman (T) dengan skor 1,8. Sehingga di dapat skor IFAS yaitu sebesar 3,5 dan skor EFAS sebesar 4.

Berdasarkan rangking luasan matrik diperoleh bahwa yang memperoleh rangking satu ialah pada kuadran SO dengan luas matrik 3,9. Untuk kuadran WO pada rangking dua dengan luas matrik 3,74. Untuk kuadran ST memperoleh rangking ketiga dengan luas matrik 3,24 dan yang terakhir yaitu rangking empat pada kuadran WT dengan luas matrik 3,06.

Dari hasil analisis internal dan eksternal perusahaan yang dihubungkan dengan diagram Cartesius menunjukkan bahwa yang menjadi strategi utama dari UMK di Daerah Gebang Kidul untuk menciptakan pelaku UMK yang kompetitif adalah strategi pertumbuhan (*Growth*). Yang mana dapat Selalu mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk, seperti selalu menggunakan bahan yang berkualitas dan selalu memberbanyak variasi menu agar konsumen terus percaya dan meningkatkan citra positif terhadap UMK makanan dan minuman di Daerah Gebang Kidul. Strategi ini digunakan agar konsumen lebih percaya terhadap kualitas dari makanan dan minuman UMK di Daerah Gebang Kidul. Meningkatkan dan memperluas promosi produk melalui media social ataupun dari aplikasi shopefood ataupun gofood dan menyediakan pembayaran digital. Karena zaman sekarang semua orang menggunakan teknologi digital dalam semua kegiatannya. Apalagi UMK di Daerah Gebang Kidul mayoritas konsumen adalah mahasiswa yang sangat ahli dalam menggunakan internet dan

media sosial. Terjangkaunya harga produk juga dapat meningkatkan permintaan konsumen. Selalu humble kepada konsumen agar memberikan kenyamanan kepada mereka dan tertarik untuk membeli lagi. Berdasarkan matriks SWOT maka dapat disimpulkan beberapa pengembangan melalui pertimbangan faktor internal dan eksternal perusahaan yang dapat bermanfaat bagi kelompok UMK makanan dan minuman di Daerah Gebang Kidul agar menciptakan pelaku UMK yang kompetitif agar dapat menghadapi persaingan.

Daftar Pustaka

- Alfansyur, A., & Mariyani. (2020). Seni Mengelola Data : Penerapan Triangulasi Teknik , Sumber Dan Waktu Pada Penelitian Pendidikan Sosial. 5(2), 146–150.
- Cahyani, A. D. (2021). Analisis Swot Dalam Proses Pengembangan Objek Wisata Pantai. Jurnal Pendidikan Geografi, 7(June), 58–78.
- Cholifah, A. N. (2022). Pengaruh *Entrepreneurial Leadership* Dan *Innovation Capacity* Terhadap *Competitive Advantage* Pada Umkm Batik Udar Welingan Desa Kenongomulyo Magetan. September 2022.
- Diandra, D. (2019). Program Pengembangan Kewirausahaan Untuk Menciptakan Pelaku Usaha Sosial Yang Kompetitif.
- Ernawati, Mardikaningsih, R., Darmawan, D., & Sinambela, E. A. (2022). Pengembangan keunggulan kompetitif umkm melalui strategi orientasi pasar dan inovasi produk. 5(2), 144–153.

- Fanil. (2020). Strategi Pengembangan Budaya Madrasah Dalam Meningkatkan Karakter Religius Siswi Di Mts Raudlatul Ulum Putri Gondanglegi Kabupaten Malang.
- Febriana, D. S. I. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Ikan Lele (Studi Kasus Usaha Budidaya Ikan Lele UD. Sumber Rezeki Desa Melaya Kecamatan Melaya Kabupaten Jemberana).
- Freddy Rangkuti. (2004). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. PT. Gramedia. Jakarta
- Jannah, M., Dra. Hj. S. Anugrahini Irawati, M. ., & Hadi Purnomo, SE., M. . (2019). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Umkm Batik Gedog Khas Tuban. 33-48.
- Nabilaturrahmah, A., & Kusnanto, D. (2021). Implementasi Analisis SWOT untuk Menciptakan Strategi Pemasaran Kewirausahaan pada Masa Pandemi. Permana: Jurnal Perpajakan, Manajemen, Dan Akuntansi, 13(2), 201-216.
- Nisak, Z. (2013). Analisis SWOT untuk menentukan strategi kompetitif. Jurnal Ekbis, 9(2), 468-476.
- Richard L. Daft. (2010). Era Baru Manajemen. Edward Tanujaya. Edisi 9. Salemba Empat
- Said, A. (2019). Strategi Pengembangan Industry Kreatif Dengan Tema Budaya Pada Produk Kaos Sebagai Upaya Memperkenalkan Budaya Flores Timur (Studi Kasus Pada Usaha Sablon Kaos Oleh Mahasiswa Flores Timur Surabaya).

- Sandria, F. A., Sitepu, H. M., & Oktalina, G. (2020). Analisis Swot Dalam Rangka Menyusun Strategi Kompetitif Pada Industri Kecil (Studi Kasus Ikm Keripik Cumi Cik Nina Didesa Baturusa Kecamatan Merawang Bangka Induk). 7(2), 108- 116.
- Satria, E., Yusnita, I., & Sari, A. E. (2020). Peningkatan Kinerja Pemasaran UMKM Melalui Dimensi Kewirausahaan di Kabupaten Kerinci. 5(2), 172-178.
- Tyoso, J. S. P., & Haryanti, C. S. (2020). Perlukah Mempertahankan Keunggulan Kompetitif oleh UMKM ? (Studi Kasus UMKM Semarang). 9(2), 123-136.

Lampiran 11 Turnitin Jurnal

ORIGINALITY REPORT			
19%	13%	10%	13%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	6%	
2	Submitted to stipram Student Paper	2%	
3	ejurnal.seminar-id.com Internet Source	1%	
4	yudimhsnarotama.blogspot.com Internet Source	1%	
5	ojs.unm.ac.id Internet Source	1%	
6	repository.unhas.ac.id Internet Source	1%	
7	akuratnews.com Internet Source	1%	
8	repository.ub.ac.id Internet Source	1%	
9	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	1%	

10	Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia Student Paper	1%
11	jurnal.usahid.ac.id Internet Source	1%
12	jurnal.untag-sby.ac.id Internet Source	1%
13	www.ejournal.iaibrahimy.ac.id Internet Source	<1%
14	iocscience.org Internet Source	<1%
15	jurnal.ibik.ac.id Internet Source	<1%
16	garuda.ristekbrin.go.id Internet Source	<1%
17	bungdus.com Internet Source	<1%
18	rudiindri.blogspot.com Internet Source	<1%
19	www.altmansshoesandboots.com Internet Source	<1%
20	www.scribd.com Internet Source	<1%
21	www.slideshare.net Internet Source	
22	Dinda Delfi Permata Rambe, Fauzi Arif Lubis, Atika Atika. "Analisis Strategi Bertahan Usaha Kelompok Tani Kopi di Tengah Pandemi Covid-19: Studi Kasus Kelompok Tani Binaan koperasi Buana Mandiri", El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 2022 Publication	<1%
23	jurnal.stkipalmaksum.ac.id Internet Source	<1%
24	jurnal.umk.ac.id Internet Source	<1%

Exclude quotes Off
Exclude bibliography Off

Exclude matches Off