

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Kuesioner SWOT

#### PENENTUAN BOBOT DAN RATING

Perkenalkan saya :

Nama : Wahyu Andhika Ivan Subeni

NBI : 1411800072

Mahasiswa Teknik Industri Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dalam rangka penyusunan tugas akhir saya yang berjudul : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN AHP GUNA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN, 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 cukup meluangkan waktu untuk membaca, memberikan tanggapan dan mengisi kuesioner ini saya mengucapkan terimakasih atas partisipasinya dalam menyelesaikan tugas akhir saya ini.

#### **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 kuesioner menurut Rensis Linkert tahun 1932, yaitu (**Mawardi 2019**) :

#### **BOBOT**

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Cukup Setuju (CS)

4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

#### RATING

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Cukup Setuju (CS)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

No	Pernyataan	Rating				
		STS (1)	TS (2)	CS (3)	S (4)	SS (5)
<b>Kekuatan</b>						
1	Kualitas Produk yang Inovatif					
2	Harga yang terjangkau					
3	Model yang menarik					
4	Pilihan berbagai warna					
5	Umur Produk					
6	Kemampuan sosialisasi dari Perusahaan					
<b>Kelemahan</b>						
1	Produk yang mudah rapuh					
2	Kurangnya pendekatan pada konsumen					
3	Kurangnya kepercayaan					

	antara pemilik dan pekerja					
4	Tidak adanya media promosi					
5	Kemampuan untuk bidang pemasarannya masih kurang					
6	Kinerja sumber daya manusia yang masih terbatas					
<b>Peluang</b>						
1	Permintaan yang semakin meningkat					
2	Adanya market penjualan yang potensional					
3	Kemajuan teknologi dan informasi					
4	Lokasi produksi dekat dengan pasar					
5	Inovasi produk yang berkelanjutan					
6	Pertumbuhan ekonomi yang semakin membaik					
<b>Ancaman</b>						
1	Harga bahan baku yang tidak tetap					

2	Adanya pesaing baru dengan usaha sejenis					
3	Produk baru sejenis yang lebih inovatif					
4	Konsumen sensitive terhadap harga					
5	Kualitas bahan baku tidak sesuai dengan harapan					
6	Biaya administrasi yang meningkat					

## Lampiran 2 Kuesioner AHP

### PENENTUAN TINGKAT KEPENTINGAN

Nama : Wahyu Andhika Ivan Subeni

NBI : 1411800072

Mahasiswa Teknik Industri Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dalam rangka penyusunan tugas akhir saya yang berjudul : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN AHP GUNA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN, 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.

#### **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.

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

Contoh Pengisian Kuesioner

Kriteria	Penilaian Kuesioner AHP																	Kriteria
	Rating																	
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
A														√				B
A			√															C
B							√											C

Keterangan :

1. Sama pentingnya

3. Sedikit lebih penting
5. Lebih penting daripada
7. Jauh lebih penting
9. Mutlak lebih penting

Arti pengisian diatas adalah :

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

<b>Penilaian Kuesioner Analytical Hierarchy Process (AHP)</b>																			
Kriteria	Rating																		Kriteria
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
<b>SO</b>																			
Menggunakan teknologi dan informasi melalui website marketing untuk mempromosikan produk (A-1)																			Melakukan pendekatan dengan pasar terdekat guna menjalin kerja sama di sektor penjualan (A-2)
Menggunakan teknologi dan informasi melalui website marketing																			Memberikan kualitas produk dan pelayanan yang baik untuk

g untuk mempromosikan produk (A-1)																				mempertahankan loyalitas pelanggan (A-3)
Melakukan pendekatan dengan pasar terdekat guna menjalin kerja sama di sektor penjualan (A-2)																				Memberikan kualitas produk dan pelayanan yang baik untuk mempertahankan loyalitas pelanggan (A-3)
<b>WO</b>																				
Melakukan perbaikan kualitas produk (B-1)																				Membangun kepercayaan konsumen dengan melakukan pendekatan secara langsung (B-2)
Melakukan perbaikan																				Memaksimalkan sumber



kualitas produk (B-1)																			daya manusia agar memanfaatkan kemajuan teknologi yang ada (B-3)
Melakukan perbaikan kualitas produk (B-1)																			Melakukan media promosi menggunakan website / E-commerce (B-4)
Memban- gun kepercayaan konsumen dengan melakukan pendekatan secara langsung (B-2)																			Memaksimalkan sumber daya manusia agar memanfaatkan kemajuan teknologi yang ada (B-3)
Memban- gun kepercayaan konsumen																			Melakukan media promosi menggunakan

n dengan melakukan pendekatan secara langsung (B-2)																				website / E-commerce (B-4)
Memaksimalkan sumber daya manusia agar memanfaatkan kemajuan teknologi yang ada (B-3)																				Melakukan media promosi menggunakan website / E-commerce (B-4)
<b>ST</b>																				
Menjaga kualitas produk yang dapat meningkatkan minat konsumen (C-1)																				Menjaga stabilitas harga agar tetap bersaing di pasar (C-2)
Menjaga kualitas produk yang dapat																				Mencari Supplier yang kompetitif agar

meningkatkan minat konsumen (C-1)																		mendapatkan bahan baku yang baik dari segi kualitas maupun dari kuantitas (C-3)
Menjaga kualitas produk yang dapat meningkatkan minat konsumen (C-1)																		Melakukan inovasi produk untuk tetap bertahan ditengah munculnya produk sejenis. (C-4)
Menjaga stabilitas harga agar tetap bersaing di pasar (C-2)																		Mencari Supplier yang kompetitif agar mendapatkan bahan baku yang baik dari segi kualitas maupun dari

																						kuantitas (C-3)
Menjaga stabilitas harga agar tetap bersaing di pasar (C-2)																						Melakuka n inovasi produk untuk tetap bertahan ditengah munculny a produk sejenis. (C-4)
Mencari Supplier yang kompetiti f agar mendapat kan bahan baku yang baik dari segi kualitas maupun dari kuantitas (C-3)																						Melakuka n inovasi produk untuk tetap bertahan ditengah munculny a produk sejenis. (C-4)
<b>WT</b>																						
Memban gun mekanis me kerja yang baik																						Melakuka n kerja sama dengan market

antara pemilik dan pekerja (D-1)																			terdekat untuk keperluan jaringan usaha (D-2)
Memban gun mekanisme kerja yang baik antara pemilik dan pekerja (D-1)																			Memaksi malkan media sosial untuk keperluan media promosi (D-3)
Memban gun mekanisme kerja yang baik antara pemilik dan pekerja (D-1)																			Menetapk an harga yang dapat bersaing dengan usaha lain (D-4)
Memban gun mekanisme kerja yang baik antara pemilik dan																			Melakuka n riset pasar untuk mencipta kan inovasi

pekerja (D-1)																			produk (D-5)
Membangun mekanisme kerja yang baik antara pemilik dan pekerja (D-1)																			Meningkatkan kinerja sumber daya pekerja sesuai keahliannya. (D-6)
Melakukan kerja sama dengan market terdekat untuk memperluas jaringan usaha (D-2)																			Memaksimalkan media sosial untuk keperluan media promosi (D-3)
Melakukan kerja sama dengan market terdekat untuk memperluas jaringan																			Menetapkan harga yang dapat bersaing dengan usaha lain (D-4)

usaha (D-2)																			
Melakukan kerja sama dengan market terdekat untuk memperluas jaringan usaha (D-2)																			Melakukan riset pasar untuk menciptakan inovasi produk (D-5)
Melakukan kerja sama dengan market terdekat untuk memperluas jaringan usaha (D-2)																			Meningkatkan kinerja sumber daya pekerja sesuai keahliannya. (D-6)
Memaksimalkan media sosial untuk keperluan media promosi (D-3)																			Menetapkan harga yang dapat bersaing dengan usaha lain (D-4)

Memaksimalkan media sosial untuk keperluan media promosi (D-3)																		Melakukan riset pasar untuk menciptakan inovasi produk (D-5)
Memaksimalkan media sosial untuk keperluan media promosi (D-3)																		Meningkatkan kinerja sumber daya pekerja sesuai keahliannya. (D-6)
Menetapkan harga yang dapat bersaing dengan usaha lain (D-4)																		Melakukan riset pasar untuk menciptakan inovasi produk (D-5)
Menetapkan harga yang dapat bersaing dengan usaha lain (D-4)																		Meningkatkan kinerja sumber daya pekerja sesuai



																		keahliannya. (D-6)
Melakukan riset pasar untuk menciptakan inovasi produk (D-5)																		Meningkatkan kinerja sumber daya pekerja sesuai keahliannya. (D-6)

### Lampiran 3 Hasil Kuesioner SWOT

Tabel tanggapan pernyataan kuesioner Rating Kekuatan dan Kelemahan

Kekuatan (Strength)							Jumlah	Kelemahan (Weakness)						Jumlah	SW Internal
Responden	S1	S2	S3	S4	S5	S6		W1	W2	W3	W4	W5	W6		
1	2	4	4	4	3	1	18	1	1	1	1	1	1	6	24
2	4	5	5	4	5	4	27	5	4	4	3	4	4	24	51
3	4	4	4	4	4	4	24	3	3	4	4	3	4	21	45
4	3	3	4	3	4	4	21	4	4	3	3	4	4	22	43
5	2	1	1	2	1	4	11	3	2	3	4	1	3	16	27
6	4	4	5	5	3	3	24	4	2	3	4	5	5	23	47
7	5	5	5	3	5	3	26	5	5	3	4	4	5	26	52
Total	24	26	28	25	25	23	151	25	21	21	23	22	26	138	289
Rating	3.429	3.714	4.000	3.571	3.571	3.286	21.571	3.571	3.000	3.000	3.286	3.143	3.714	19.714	41.286
Total Rating	21.571							19.714							

Tabel tanggapan pernyataan kuesioner Bobot Kekuatan dan Kelemahan

Kekuatan (Strength)							Jumlah	Kelemahan (Weakness)						Jumlah	SW Internal
Responden	S1	S2	S3	S4	S5	S6		W1	W2	W3	W4	W5	W6		
1	4	1	4	1	4	1	15	3	1	3	1	3	1	12	27
2	4	2	5	3	5	4	23	5	5	4	5	4	4	27	50
3	4	4	4	4	3	4	23	3	3	2	3	3	3	17	40
4	3	3	4	3	4	3	20	4	4	3	4	4	4	23	43
5	2	4	2	2	4	5	19	3	2	3	4	1	1	14	33
6	5	5	4	3	3	3	23	3	3	3	4	5	3	21	44
7	5	5	5	3	5	3	26	5	3	4	4	4	4	24	50
Total	27	24	28	19	28	23	149	26	21	22	25	24	20	138	287
	0.1812	0.1611	0.1879	0.1275	0.1879	0.1544	1.0000	0.1884	0.1522	0.1594	0.1812	0.1739	0.1449	1.0000	2.0000
	0.0941	0.0836	0.0976	0.0662	0.0976	0.0801	0.5192	0.0906	0.0732	0.0767	0.0871	0.0836	0.0697	0.4808	1.0000

Tabel Tanggapan pernyataan Kuesioner Rating Peluang dan Ancaman

Peluang (Opportunities)							Jumlah	Ancaman (Threats)						Jumlah	OT Eksternal
Responden	O1	O2	O3	O4	O5	O6		T1	T2	T3	T4	T5	T6		
1	4	4	4	4	5	4	25	3	4	4	4	1	4	20	45
2	5	4	4	4	3	3	23	3	3	3	3	4	4	20	43
3	5	4	3	2	2	4	20	5	5	5	4	5	4	28	48
4	4	4	5	5	4	4	26	5	3	3	3	3	4	21	47
5	4	2	4	3	4	4	21	1	4	3	4	4	4	20	41
6	4	4	5	5	5	4	27	4	4	5	5	4	4	26	53
7	4	4	4	4	5	5	26	5	5	3	4	4	5	26	52
Total	30	26	29	27	28	28	168	26	28	26	27	25	29	161	329
Rating	4.286	3.714	4.143	3.857	4.000	4.000	24.000	3.714	4.000	3.714	3.857	3.571	4.143	23.000	47.000
Total Rating	24.000							23.000							

Tabel Tanggapan pernyataan Kuesioner Bobot Peluang dan Ancaman

Peluang (Opportunities)							Jumlah	Ancaman (Threats)						Jumlah	OT Eksternal
Responden	O1	O2	O3	O4	O5	O6		T1	T2	T3	T4	T5	T6		
1	4	3	4	3	4	4	22	3	2	3	3	3	3	17	39
2	4	4	5	4	4	4	25	5	4	4	5	4	4	26	51
3	5	5	4	4	4	4	26	4	5	4	4	4	4	25	51
4	3	4	4	5	5	4	25	3	4	3	4	4	4	22	47
5	3	3	5	3	5	3	22	3	4	3	2	4	4	20	42
6	4	4	5	4	4	4	25	3	4	3	5	4	4	23	48
7	4	4	4	4	5	4	25	4	5	5	4	5	4	27	52
Total	27	27	31	27	31	27	170	25	28	25	27	28	27	160	330
	0.1588	0.1588	0.1824	0.1588	0.1824	0.1588	1.0000	0.1563	0.1750	0.1563	0.1688	0.1750	0.1688	1.0000	2.0000
	0.0818	0.0818	0.0939	0.0818	0.0939	0.0818	0.5152	0.0758	0.0848	0.0758	0.0818	0.0848	0.0818	0.4848	1.0000

### Lampiran 4 Hasil Kuesioner AHP

#### Lampiran 4 Lampiran 3 Hasil Kuesioner SWOT

Penilaian Kuesioner Analytical Hierarchy Process (AHP)																				
No	Kriteria	Rating																Kriteria		
		9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8		9	
1	Menggunakan teknologi dan informasi melalui website marketing untuk mempromosikan produk (A-1)																		V	Melakukan pendekatan dengan pasar terdekat guna menjalin kerja sama di sektor penjualan (A-2)
2	Menggunakan teknologi dan informasi melalui website marketing untuk mempromosikan produk (A-1)					V														Memberikan kualitas produk dan pelayanan yang baik untuk mempertahankan loyalitas pelanggan (A-3)
3	Melakukan pendekatan dengan pasar terdekat guna menjalin kerja sama di sektor penjualan (A-2)							V												Memberikan kualitas produk dan pelayanan yang baik untuk mempertahankan loyalitas pelanggan (A-3)

4	Melakukan perbaikan kualitas produk (B-1)					V													Membangun kepercayaan konsumen dengan melakukan pendekatan secara langsung (B-2)	
5	Melakukan perbaikan kualitas produk (B-1)																		V	Memaksimalkan sumber daya manusia agar memanfaatkan kemajuan teknologi yang ada (B-3)
6	Melakukan perbaikan kualitas produk (B-1)																		V	Melakukan media promosi menggunakan website / E-commerce (B-4)
7	Membangun kepercayaan konsumen dengan melakukan pendekatan secara langsung (B-2)																		V	Memaksimalkan sumber daya manusia agar memanfaatkan kemajuan teknologi yang ada (B-3)
8	Membangun kepercayaan konsumen dengan melakukan pendekatan secara langsung (B-2)																		V	Melakukan media promosi menggunakan website / E-commerce (B-4)
9	Memaksimalkan sumber daya manusia agar memanfaatkan kemajuan teknologi yang ada (B-3)																		V	Melakukan media promosi menggunakan website / E-commerce (B-4)

10	Menjaga kualitas produk yang dapat meningkatkan minat konsumen (C-1)																V	Menjaga stabilitas harga agar tetap bersaing di pasar (C-2)	
11	Menjaga kualitas produk yang dapat meningkatkan minat konsumen (C-1)																	V	Mencari Supplier yang kompetitif agar mendapatkan bahan baku yang baik dari segi kualitas maupun dari kuantitas (C-3)
12	Menjaga kualitas produk yang dapat meningkatkan minat konsumen (C-1)																	V	Melakukan inovasi produk untuk tetap bertahan ditengah munculnya produk sejenis. (C-4)
13	Menjaga stabilitas harga agar tetap bersaing di pasar (C-2)																	V	Mencari Supplier yang kompetitif agar mendapatkan bahan baku yang baik dari segi kualitas maupun dari kuantitas (C-3)
14	Menjaga stabilitas harga agar tetap bersaing di pasar (C-2)																	V	Melakukan inovasi produk untuk tetap bertahan ditengah munculnya produk sejenis. (C-4)

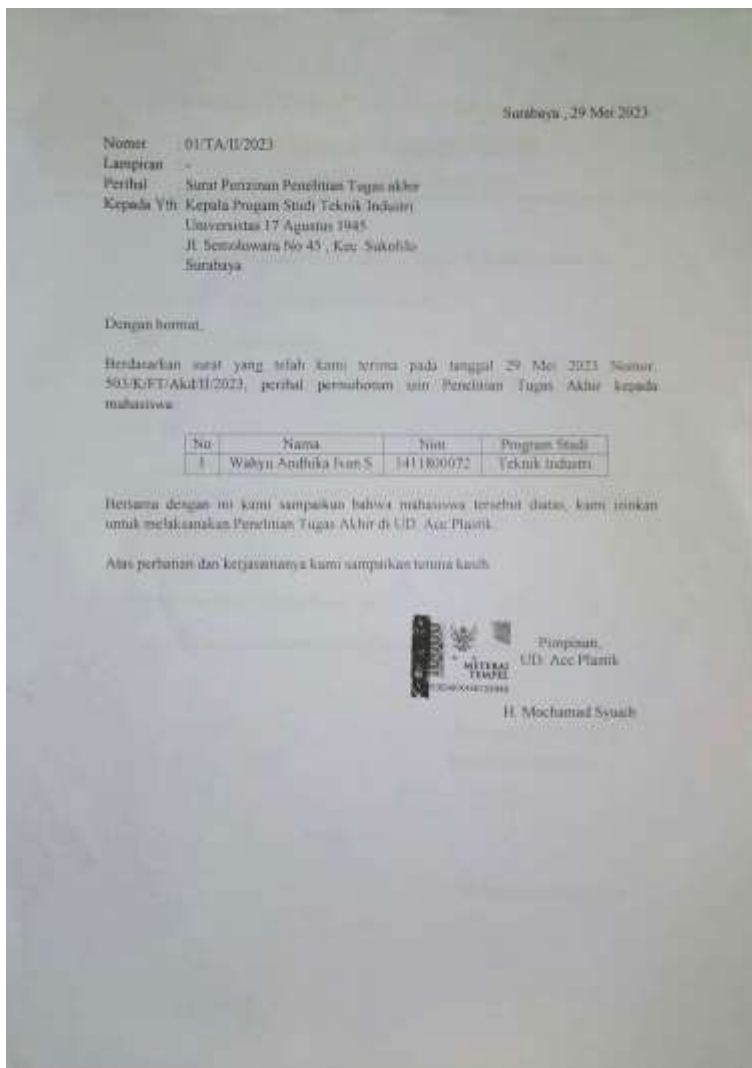


15	Mencari Supplier yang kompetitif agar mendapatkan bahan baku yang baik dari segi kualitas maupun dari kuantitas (C-3)																		V	Melakukan inovasi produk untuk tetap bertahan ditengah munculnya produk sejenis. (C-4)	
16	Membangun mekanisme kerja yang baik antara pemilik dan pekerja (D-1)																			V	Melakukan kerja sama dengan market terdekat untuk memperluas jaringan usaha (D-2)
17	Membangun mekanisme kerja yang baik antara pemilik dan pekerja (D-1)									V											Memaksimalkan media sosial untuk keperluan media promosi (D-3)
18	Membangun mekanisme kerja yang baik antara pemilik dan pekerja (D-1)									V											Menetapkan harga yang dapat bersaing dengan usaha lain (D-4)
19	Membangun mekanisme kerja yang baik antara pemilik dan pekerja (D-1)																			V	Melakukan riset pasar untuk menciptakan inovasi produk (D-5)
20	Membangun mekanisme kerja yang baik antara pemilik dan pekerja (D-1)									V											Meningkatkan kinerja sumber daya pekerja sesuai keahliannya. (D-6)


21	Melakukan kerja sama dengan market terdekat untuk memperluas jaringan usaha (D-2)					V											Memaksimalkan media sosial untuk keperluan media promosi (D-3)
22	Melakukan kerja sama dengan market terdekat untuk memperluas jaringan usaha (D-2)												V				Menetapkan harga yang dapat bersaing dengan usaha lain (D-4)
23	Melakukan kerja sama dengan market terdekat untuk memperluas jaringan usaha (D-2)						V										Melakukan riset pasar untuk menciptakan inovasi produk (D-5)
24	Melakukan kerja sama dengan market terdekat untuk memperluas jaringan usaha (D-2)						V										Meningkatkan kinerja sumber daya pekerja sesuai keahliannya. (D-6)
25	Memaksimalkan media sosial untuk keperluan media promosi (D-3)											V					Menetapkan harga yang dapat bersaing dengan usaha lain (D-4)
26	Memaksimalkan media sosial untuk keperluan media promosi (D-3)						V										Melakukan riset pasar untuk menciptakan inovasi produk (D-5)

27	Memaksimalkan media sosial untuk keperluan media promosi (D-3)										V								Meningkatkan kinerja sumber daya pekerja sesuai keahliannya. (D-6)
28	Menetapkan harga yang dapat bersaing dengan usaha lain (D-4)										V								Melakukan riset pasar untuk menciptakan inovasi produk (D-5)
29	Menetapkan harga yang dapat bersaing dengan usaha lain (D-4)										V								Meningkatkan kinerja sumber daya pekerja sesuai keahliannya. (D-6)
30	Melakukan riset pasar untuk menciptakan inovasi produk (D-5)											V							Meningkatkan kinerja sumber daya pekerja sesuai keahliannya. (D-6)

## Lampiran 5 Surat Izin Penelitian



### Lampiran 6 Lembar Bimbingan Tugas Akhir




**JURNAL BIMBINGAN TUGAS AKHIR**  
**PRODI TEKNIK INDUSTRI**  
**SEMESTER GENAP 2022/2023**

---

Nama : MAYU ANDHKA KIM SUBENI  
 NRI : 1411900073

Judul Penelitian : ANALISA STRATEGI PEMERIKSAAN  
MEMERIKSAKAN KAPRUK GIGI DAN AHP GUNA  
MENUNDAKAN VOLUNE PENJAJAN

Dosen Pembimbing: P. Mochamad Sirih 1991



No.	Tanggal	Materi Bimbingan	Catatan Pembimbing	Paraf Pembimbing
1	10-01-23	Sampul Judul	Daftar Isi dan ke "Analisa Strategi Pemerikasaan"	
2	1-01-23	Bab 1	"Pilih Metode mana yang digunakan untuk pemerikasaan gigi dengan menggunakan AHP"	
3	14-01-23	Bab 2	penjelasan metode AHP	
4	18-01-23	Bab 3	langkah langkah nyata proses kerja	
5	16-01-23	Bab 4 & 5	langkah di langkah lagi	
6	20-01-23	Bab 1 - 11	ACC Control	
7	14-02-23	Bab 12	Memahami cara kerja standar dan standar dari standar penelitian	
8	08-03-23	Bab 13	Kejelasan data data	
9	04-03-23	Bab 14	Memahami cara kerja AHP secara lengkap	
10	08-03-23	Bab 15	Analisa Cara kerja dari hasil yang di dapat	
11	15-03-23	Bab 16	Memahami Cara kerja Analisa data	
12	10-03-23	Bab 17	Memahami Cara kerja standar AHP	
13	10-03-23	Bab 18	Daftar Isi dan AHP Control dan hasil	
14	15-03-23	Bab 19	Memahami Cara kerja	
15	25-03-23	Lampiran	Memahami Cara kerja standar	
16	10-04-23	Bab 20 & 21	Memahami Cara kerja standar	

### Lampiran 7 Lembar Revisi Tugas Akhir


UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
 FAKULTAS TEKNIK  
 PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

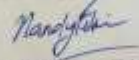
**REVISI SIDANG TUGAS AKHIR**


NAMA: Wahyu Andhika Ivan Sibero  
 NIM: 141180172  
 JUDUL: ANALISIS STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN AHP GUNA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN (Studi Kasus: UD ACC Plastik)

BATAS BEMBIANGAN REVISI: 1 Minggu setelah Sidang

NO	URAIAN	BAK	HALAMAN	NO	URAIAN	BAK	HALAMAN
1.	Detail tabel	✓	18	1.	Detail		
2.	Detail tabel ada	✓	18	2.	Detail dan nomor tabel, hanya untuk di bagian 2.10-11 saja		
3.	Detail tabel ada (tabel 2)	✓	18	3.	Detail untuk perhitungan pada tabel 4.5-4.7		
4.	Detail tabel ada	✓	18	4.	Detail dan hasil dan AHP adalah di bagian 4.8		
5.	Detail tabel ada	✓	18	5.	Detail dan hasil dan AHP adalah di bagian 4.8		
6.	Detail tabel ada	✓	18	6.	Detail dan hasil dan AHP adalah di bagian 4.8		
7.	Detail tabel ada	✓	18	7.	Detail dan hasil dan AHP adalah di bagian 4.8		
8.	Detail tabel ada	✓	18	8.	Detail dan hasil dan AHP adalah di bagian 4.8		
9.	Detail tabel ada	✓	18	9.	Detail dan hasil dan AHP adalah di bagian 4.8		
10.	Detail tabel ada	✓	18	10.	Detail dan hasil dan AHP adalah di bagian 4.8		

Telah Disetujui,  
 Dosen Pengampu I.  
  
 Dr. Jaka Purnama, ST, MT

Dosen Pengampu 2.  
  
 Handy Perti Sarito, ST, MT

Dosen Pembimbing,  
  
 H. Muchlisin Saqib, MM

## BIOGRAFI



Wahyu Andhika Ivan Subeni dilahirkan di Surabaya, Jawa Timur pada tanggal 03 April 1999. Peneliti ini merupakan anak pertama dari dua bersaudara. Peneliti ini memulai pendidikan dari jenjang Sekolah Dasar SDN Sememi pada tahun 2005-2011, SMPN 14 Surabaya pada tahun 2011-2014, SMKN 2 Surabaya pada tahun 2014-2017. Pada tahun 2018 peneliti ini melanjutkan pendidikan kuliah di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar – besarnya kepada Tuhan Yang Maha Esa dan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam terselesaikannya Tugas Akhir ini yang berjudul “Analisi Strategi Pemasaran menggunakan Metode SWOT dan AHP guna meningkatkan Volume Penjualan”.