

**PEMILIHAN STRATEGI BISNIS DENGAN MENGGUNAKAN METODE
QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM) DAN
METODE ANALYTICAL NETWORK PROCESS (ANP)
(Studi Kasus pada IKM Kerajinan Kulit “Roosman” Manding, Bantul,
Yogyakarta)**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk memenuhi sebagian Persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata Satu
dalam Teknik Industri (S.T)



Oleh :

Sri Nur Rahayu

12660014

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
2017**



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Hal :

Lamp :

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Sains dan Teknologi

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

di Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr. wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Sri Nur Rahayu
NIM : 12660014
Judul Skripsi : Pemilihan Strategi Bisnis dengan Menggunakan Metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) dan Metode *Analytic Network Process* (ANP)

sudah dapat diajukan kembali kepada Program Studi Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Teknik Industri.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi/tugas akhir Saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Yogyakarta, 5 Januari 2017

Pembimbing

Siti Husna AINU Syukri, M.T.

NIP. 19761127 200604 2 001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : SRI NUR RAHAYU

NIM : 12660014

Program Studi : Teknik Industri

Fakultas : Sains dan Teknologi

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sejujurnya bahwa skripsi saya yang berjudul "**Pemilihan Strategi Bisnis dengan Menggunakan Metode *Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)* dan Metode *Analytic Network Process (ANP)***" Adalah asli dari penelitian saya sendiri dan bukan plagiasi hasil karya orang lain, kecuali bagian tertentu yang saya ambil sebagai bahan acuan. Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Yogyakarta, 5 Januari 2017

Yang Menyatakan,



SRI NUR RAHAYU

NIM. 12660014



PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nomor : B. 217 /Un.02/DST/PP.05.3/01/2017

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul : Pemilihan Strategi Bisnis dengan Menggunakan Metode Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) dan Metode Analytic Network Process (ANP) (Studi Kasus Pada IKM Kerajinan Kulit "Roosman" Manding, Bantul, Yogyakarta)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Sri Nur Rahayu

NIM : 12660014

Telah dimunaqasyahkan pada : 13 Januari 2017

Nilai Munaqasyah : A-

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga

TIM MUNAQASYAH :

Ketua Sidang

Siti Husna Aihu Syukri, M.T
NIP.19761127 200604 2 001

Penguji I

Kifayah Amar, Ph.D
NIP.19740621 200604 2 001

Penguji II

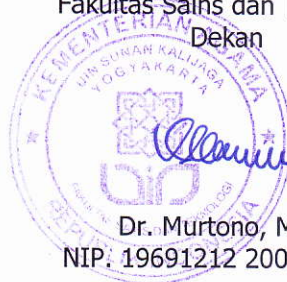
Taufiq Aji, M.T
NIP.19800715 200604 1 002

Yogyakarta, 20 Januari 2017

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Sains dan Teknologi

Dekan



Dr. Murtono, M.Si.

NIP: 19691212 200003 1 001

HALAMAN MOTTO

***"Hai orang-orang yang beriman, Jadikanlah sabar dan shalatmu
Sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang
yang sabar" (Al-Baqarah: 153)***

***"Hiduplah Seperti pohon kayu yang lebat buahnya; hidup di tepi
jalan dan dilempari orang dengan batu, tetapi dibalas dengan
buah." (Abu Bakar Sidki)***



Aku Persembahkan Tugas Akhir ini Teruntuk :

Allah SWT

Mimi Sari'ah tercinta

Kakak-kakakku tersayang

Sahabat-sahabatku yang selalu setia mendukungku



KATA PENGANTAR



Asslamu'alaikumWr Wb

Alhamdulillah segala puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini dengan baik. Laporan tugas akhir ini disusun untuk memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan studi strata satu dan untuk memperoleh gelar Sarjana di Jurusan Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penelitian tugas akhir ini berjudul “PEMILIHAN STRATEGI BISNIS DENGAN MENGGUNAKAN METODE *QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM)* DAN METODE *ANALYTIC NETWORK PROCESS (ANP)*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi kondisi lingkungan internal dan eksternal IKM ROOSMAN, sehingga dapat menentukan beberapa alternatif strategi bisnis yang kemudian dipilih strategi bisnis yang tepat dan sesuai dengan kondisi IKM ROOSMAN saat ini sehingga IKM ROOSMAN dapat menjadi industri yang berdaya saing tinggi serta memiliki keunggulan kompetitif yang berkelanjutan

Dapat diselesaikannya laporan tugas akhir ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Murtono, M.Si. selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

2. Ibu Kifayah Amar, Ph.D. selaku Ketua Program Studi Teknik Industri UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Ibu Siti Husna AINU Syukri, M.T. selaku dosen pembimbing tugas akhir dan orang tua yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan semangat kepada penulis sejak awal penelitian hingga saat ini, sehingga Laporan Penelitian Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.
4. Bapak Arya Wirabhudana, M.Sc selaku dosen pembimbing akademik.
5. Seluruh dosen – dosen Teknik Industri UIN Sunan Kalijaga atas segala ilmu pengetahuan dan pengalamannya yang telah diberikan kepada penulis selaku mahasiswa.
6. Bapak Roosman beserta keluarga selaku pemilik UKM ROOSMAN yang telah meluangkan waktunya untuk penulis
7. Mimi Sari'ah, ibu yang luar biasa yang selalu mendoakan putri terakhirnya dan tidak henti-hentinya memberikan dukungan moril.
8. Mamak, Mamah, Ibuk, Bapak, Ayah, Aang, Angato, kakak-kakak tersayang semuanya yang telah mendukung dan mendoakan adek.
9. Sahabat-sahabat yang selalu mengingatkan skripsi walaupun jauh di sana.
10. Sahabat yang selalu menghibur saat penat dengan pengerjaan skripsi.
11. Sahabat-sahabat seperjuangan yang saling membantu dan menyemangati.
12. Keluarga ibu-ibu pengajian teknik industri 2012, Hana, Rima, Ruroh, Atikah, Vindy, Noni, Cici, Nadia, Grita, Munga.
13. Keluarga Teknik Industri 2012 yang selalu saling bully “walaupun nanti kita pisah, kita harus *meet up* !”

14. Keluarga besar mahasiswa Teknik Industri UIN Sunan Kalijaga

15. Dan semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan yang tidak dapat dijabarkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih memiliki banyak kekurangan. Kritik dan saran yang membangun dapat menyempurnakan penulisan tugas akhir, sehingga dapat bermanfaat bagi kita semua, terutama para praktisi, akademisi, maupun pihak lain yang tertarik pada penelitian serupa. Semoga Allah SWT selalu memberikan kemudahan kepada kita semua. Amin

Wassalamualaikum Wr Wb

Yogyakarta, Desember 2016

Penulis,

Sri Nur Rahayu
NIM 12660014

DAFTAR ISI

	Halaman
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Batasan Masalah	5
1.6 Asumsi	6
1.7 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Pengertian Industri Kecil	15
2.2.1. Ciri-ciri Industri Kecil.....	16
2.3 Pengertian Strategi dan Manajemen Strategi	17
2.3.1. Pengertian Strategi	17
2.3.2. Pengertian Manajemen Strategi	18
2.3.3. Konsep Strategi.....	20
2.4 Pengertian Lingkungan Usaha	22

2.4.1. Lingkungan Usaha Eksternal	23
2.4.2. Lingkungan Usaha Internal	24
2.5 Perumusan Strategis	
2.5.1. Visi dan Misi Bisnis	25
2.5.2. Analisis dan Pilihan Strategis	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1 Objek Penelitian	38
3.2 Jenis Data	38
3.3 Metode Pengumpulan Data	39
3.4 Metode Analisis Data	40
3.5 Diagram Alir Penelitian	48
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Profil Perusahaan	49
4.1.1. Riwayat Singkat Perusahaan	49
4.1.2. Lokasi Perusahaan	50
4.1.3. Deskripsi Pekerjaan	51
4.1.4. Macam-macam Produk	51
4.2 Pengumpulan Data	52
4.2.1 Faktor Lingkungan Internal Perusahaan	52
4.2.2 Faktor Lingkungan Eksternal Perusahaan	57
4.3 Pengolahan dan Analisis Data	57
4.3.1 Tahap Input	66
4.3.2 Tahap Pencocokan	72
4.3.3 Tahap Keputusan	83
BAB V PENUTUP	84
5.1 Kesimpulan	84
5.2 Saran	86

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 <i>Pairwise comparison</i> penilaian analisis waktu, biaya, infrastruktur dan pendapat pengusaha	III-48
Gambar 3.2 Diagram Alir Penelitian	III-49
Gambar 4.1 Grafik Hasil Penilaian Matriks QSPM	IV-88



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Rekapitulasi Data Potensi IKM Provinsi DIY 2012	I-2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	II-13
Tabel 2.2 Matriks EFE	II-28
Tabel 2.3 Matriks IFE	II -29
Tabel 2.4 Matriks IE	II -32
Tabel 2.5 Matriks QSPM	II -34
Tabel 2.6 Definisi Skala Penilaian dan Skala Numerik	II -39
Tabel 3.1 Matriks EFE	III-42
Tabel 3.2 Matriks IFE	III-43
Tabel 3.3 Matriks IE	III-45
Tabel 3.4 Matriks QSPM	III-47
Tabel 4.1 Tabel IFE	IV-56
Tabel 4.2 Tabel EFE	IV-63
Tabel 4.3 Matriks IFE	IV-67
Tabel 4.4 Matriks EFE	IV-70
Tabel 4.5 Matriks SWOT	IV-73
Tabel 4.6 Matriks IE	IV-82
Tabel 4.7 Penilaian Matriks QSPM	IV-84
Tabel 4.8 Penilaian Matriks QSPM (lanjutan)	IV-85
Tabel 4.9 Penilaian Matriks QSPM (lanjutan)	IV-85
Tabel 4.10 Hasil Penilaian Matriks QSPM	IV-87
Tabel 4.11 Matriks Analisis Waktu, Biaya, Infrastruktur dan Pendapatan Pengusaha	IV-90

**PEMILIHAN STRATEGI BISNIS DENGAN MENGGUNAKAN METODE
QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM) DAN
METODE ANALYTIC NETWORK PROCESS (ANP)
(Studi Kasus Pada IKM Kerajinan Kulit “Roosman” Manding, Bantul,
Yogyakarta)**

Sri Nur Rahayu

12660014

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Sains dan Teknologi – Universitas Islam
Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

ABSTRAK

Sektor industri kerajinan kulit di Yogyakarta merupakan salah satu kekayaan lokal yang harus dikembangkan karena dapat memberikan pendapatan tersendiri terhadap perekonomian Daerah Istimewa Yogyakarta. Salah satu IKM yang mengembangkan sektor ini yaitu IKM ROOSMAN yang letaknya di sentra industri kerajinan kulit Manding, Bantul, Yogyakarta. Walaupun sudah berdiri cukup lama, namun masih banyak ditemukan permasalahan yang dihadapi oleh IKM ROOSMAN. Melihat berbagai permasalahan tersebut, maka dibutuhkan strategi pengembangan IKM untuk mempercepat laju perkembangan IKM. Strategi pengembangan tersebut diharapkan dapat mereduksi segala permasalahan yang menghambat pengembangan IKM ROOSMAN. Sehingga IKM kerajinan kulit ROOSMAN pun memiliki keunggulan yang dapat bersaing di kancah dunia.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi kondisi lingkungan internal dan eksternal IKM ROOSMAN. Selain itu juga untuk menentukan beberapa alternatif strategi bisnis yang kemudian dipilih strategi bisnis yang tepat dan sesuai dengan kondisi IKM ROOSMAN. Diharapkan dengan diterapkannya strategi yang terpilih, IKM ROOSMAN dapat menjadi industri yang berdaya saing tinggi serta memiliki keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Pemilihan strategi bisnis ini menggunakan metode QSPM dan analisis waktu, biaya, infrastruktur dan pendapat pengusaha dengan pengolahan data menggunakan metode ANP atau software Super Decisions. Adapun hasil dari kedua analisis tersebut adalah sama, yaitu mengembangkan pengetahuan teknologi dengan total skor akhir 6,992 untuk perhitungan QSPM dan 0,178 untuk analisis waktu, biaya, infrastruktur dan pendapat pengusaha.

Kata Kunci : Metode QSPM, Metode ANP, Software Super Decisions.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri kecil menurut Biro Pusat Statistik (2003) adalah usaha rumah tangga yang melakukan kegiatan mengolah barang dasar menjadi barang belum jadi atau setengah jadi, barang setengah jadi menjadi barang jadi, atau yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih tinggi nilainya dengan maksud untuk dijual. Salah satu ciri industri kecil yaitu memiliki jumlah pekerja paling sedikit 5 orang dan paling banyak 19 orang. Pengusaha Industri kecil memegang peranan penting bagi perekonomian Indonesia, karena sektor ini dapat mengatasi permasalahan pemerataan dalam distribusi pendapatan antar wilayah. Namun, selama ini pemerintah lebih menekankan pertumbuhan ekonomi dibandingkan dengan pemerataan distribusi pendapatan. Studi empiris membuktikan bahwa pertambahan nilai tambah ternyata tidak dinikmati oleh industri kecil dan menengah, namun justru industri dengan skala besar dengan tenaga kerja lebih dari 1000 orang yang menikmati kenaikan nilai tambah secara absolut ataupun per rata-rata perusahaan (Kuncoro & Abimanyu, 1994).

Perlunya perhatian untuk mengembangkan industri kecil dan menengah harus dilakukan karena IKM memiliki peranan penting dalam menyerap tenaga kerja dan juga intensif menggunakan sumber daya lokal, sehingga dapat mengurangi angka pengangguran, jumlah kemiskinan, pemerataan

dalam distribusi pendapatan, dan pembangunan ekonomi di pedesaan (Simatupang, et. al., 1994; Kuncoro, 1996). Selain itu, IKM juga berperan strategis dalam pencapaian tujuan nasional seperti pertumbuhan ekonomi, demokratisasi ekonomi, penguatan *industrial base*, penguatan struktur ekonomi lokal, keseimbangan antar sektor dan subsektor, serta serangkaian sasaran-sasaran politik dalam pembangunan nasional (Sari et.al, 2012). Oleh karena itu, IKM dapat dikatakan sebagai tulang punggung perekonomian negara terutama dalam hal pengentasan kemiskinan.

Salah satu wilayah di Pulau Jawa yang memiliki jumlah IKM paling banyak yaitu wilayah provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dan Jawa Tengah. Di wilayah DIY sendiri, IKM merupakan tulang punggung perekonomian daerah karena menurut sensus ekonomi tahun 2006, bahwa 99 persen jumlah unit usaha di provinsi DIY tergolong IKM dan unit usaha IKM tersebut menyerap 76 persen tenaga kerja yang bekerja di sektor industri pengolahan. Berdasarkan Tabel 1.1. dapat dilihat bahwa unit usaha IKM terbanyak di wilayah DIY adalah Kabupaten Bantul dengan penyerapan tenaga kerja dan nilai investasi paling besar.

Tabel 1.1. Rekapitulasi Data Potensi IKM Provinsi DIY Tahun 2012

Nama Daerah	Unit usaha	Tenaga Kerja (Orang)	Nilai Investasi (Rp.000)
Bantul	18.685	84.972	481.271.198
Sleman	16.771	62.077	232.974.645
Kota Yogyakarta	4.183	22.661	82.640.278
Kulon Progo	21.018	58.169	58.449.539
Gunungkidul	20.660	33.562	40.813.207
Provinsi DIY	81.317	261.441	896.148.867

Sumber: Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Koperasi DIY, 2012

Penelitian ini akan menganalisis strategi bisnis kerajinan kulit di IKM ROOSMAN Manding, kabupaten Bantul DIY. Karena sektor industri kerajinan kulit di Yogyakarta merupakan salah satu kekayaan lokal yang harus dikembangkan karena dapat memberikan pendapatan tersendiri terhadap perekonomian Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini perlu dilakukan karena sampai saat ini, permasalahan klasik yang dihadapi oleh IKM kerajinan masih saja menjadi momok yang menghambat perkembangan IKM kerajinan itu sendiri. Berbagai permasalahan tersebut diantaranya (a) kurang permodalan, (b) kesulitan dalam pemasaran, (c) struktur organisasi sederhana dengan pembagian kerja yang tidak baku, (d) kualitas manajemen yang rendah, (e) SDM terbatas dan kualitasnya rendah, (f) kualitas teknologi yang rendah dan sebagainya (Tambunan, 2012).

Melihat berbagai permasalahan tersebut, maka dibutuhkan strategi pengembangan IKM untuk mempercepat laju perkembangan IKM, mereduksi segala permasalahan yang menghambat pengembangan IKM dan IKM kerajinan kulit di DIY pun memiliki keunggulan yang dapat bersaing di kancan dunia. Salah satu IKM kerajinan kulit yang menjadi objek penelitian ini adalah IKM ROOSMAN, sesuai dengan namanya, Pak Roosman, pemilik IKM tersebut telah berkecimpung di industri kerajinan kulit ini sejak tahun 1989 hingga sekarang. Sebagai salah satu IKM tertua di Desa Manding, IKM ROOSMAN sudah memiliki banyak pelanggan baik lokal maupun internasional. Produk-produknya juga sudah terkenal di kalangan penjual produk kulit di Yogyakarta. Namun, Masih banyak

permasalahan yang menghambat perkembangan IKM ROOSMAN. Oleh karena itu, IKM ROOSMAN dijadikan sebagai objek penelitian sehingga diharapkan strategi yang diperoleh dapat diaplikasikan oleh IKM ROOSMAN dan dapat dijadikan rujukan dan bahan informasi bagi pelaku industri kerajinan kulit lainnya.

Untuk menentukan strategi yang komprehensif serta efektif dan efisien untuk dijalankan IKM, maka diperlukan analisis dan identifikasi secara kualitatif dan kuantitatif dari berbagai aspek yang berkaitan baik dari lingkungan eksternal maupun internal. Pemilihan strategi bisnis pada penelitian ini menggunakan metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) dan *Analytical Network Process* (ANP). Penggunaan kedua metode tersebut bertujuan untuk menghasilkan strategi bisnis yang benar-benar sesuai dengan kondisi lingkungan internal dan eksternal perusahaan dengan melihat segi infrastruktur, biaya, waktu dan pendapat pemilik usaha. Dengan adanya strategi pengembangan yang terintegrasi diharapkan IKM kerajinan kulit dapat menjadi industri yang berdaya saing tinggi serta memiliki keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini yaitu “Strategi apakah yang tepat dalam mengembangkan IKM kerajinan kulit agar dapat menjadi industri yang berdaya saing tinggi serta memiliki keunggulan kompetitif yang berkelanjutan?”

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi dan menganalisa kondisi lingkungan eksternal yang menjadi peluang ancaman perusahaan serta lingkungan internal yang menjadi kekuatan dan kelemahan terbesar IKM ROOSMAN selama menjalankan usaha.
2. Menentukan strategi alternatif berdasarkan evaluasi lingkungan eksternal dan internal.
3. Menentukan strategi yang tepat dalam mengembangkan IKM kerajinan kulit agar dapat menjadi industri yang berdaya saing tinggi serta memiliki keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini secara praktis diharapkan agar hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pelaku IKM kerajinan kulit dalam menanggulangi permasalahan IKM kerajinan di Yogyakarta.

1.5. Batasan Masalah

Berikut merupakan batasan-batasan permasalahan yang diambil agar penelitian tidak keluar dari tema dan tetap berfokus pada tujuan:

1. Penelitian hanya dilakukan di salah satu IKM kerajinan kulit di Manding yaitu IKM ROOSMAN.
2. Responden yang dipilih yaitu pihak yang mengetahui informasi secara menyeluruh mengenai kondisi perusahaan dan berperan dalam

merumuskan strategi perusahaan. Dalam penelitian ini dipilih dua responden yaitu Pak Rosman selaku pemilik usaha, serta puteranya yang membantu mengelola usaha IKM ROOSMAN.

1.6. Asumsi

Berikut merupakan hal-hal yang dijadikan asumsi dalam pemilihan strategi bisnis:

1. Penggunaan skala dalam kuesioner metode *Analytical Network Process* (ANP) yaitu skala 1 sampai dengan 4, dimana skala 1 merupakan skala terendah dan 4 merupakan skala tertinggi.

1.7. Sistematika Penulisan

BAB I

Bab ini berisikan tentang latar belakang dilakukannya penelitian, Merumuskan masalah berdasarkan latar belakang, menjabarkan tujuan penelitian, dan manfaat penelitian, serta menyebutkan batasa-batasan masalah dan asumsi penelitian.

BAB II

Bab ini berisi tentang penjabaran penelitian terdahulu, serta kajian teori yang berkaitan dengan tema penelitian yaitu tentang studi kelayakan bisnis dan ruang lingkupnya.

BAB III

Bab ini menjelaskan tetntang objek penelitan, jenis data penelitian, metode penelitian yang kemudian di gambarkan dalam sebuah diagram alir penelitian.

BAB IV

Bab ini menjelaskan tentang profil perusahaan sebagai objek penelitian, proses pengumpulan data dengan menjabarkan kondisi lingkungan internal dan eksternal perusahaan, Proses pengolahan data, dan analisis data yang menjelaskan seluruh hasil pengolahan data hingga diperoleh keputusan strategi alternatif yang dipilih.

BAB V

Pada bab penutup penulis menyimpulkan hasil-hasil pengkajian seluruh tahap formulasi strategi dari mulai tahap input, tahap pencocokan hingga tahap keputusan. Selain itu penulis juga memberikan saran bagi perusahaan dan untuk penelitian selanjutnya.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari serangkaian proses pengambilan keputusan pemilihan strategi bisnis IKM ROOSMAN yang telah dilakukan, maka diperoleh suatu kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel lingkungan internal usaha dengan kekuatan paling besar yang dimiliki IKM ROOSMAN adalah variabel kepemimpinan dengan total skor 0,439 setelah itu variabel kualitas bahan baku dengan total skor 0,355. Sedangkan variabel kelemahan utama dengan total skor paling rendah yang dimiliki IKM ROOSMAN yaitu variabel rancangan organisasional dengan total skor 0,041 dan variabel penetapan visi dan misi dengan total skor 0,044. Sedangkan variabel lingkungan eksternal usaha yang menjadi peluang dengan respon perusahaan tertinggi yang dimiliki IKM ROOSMAN adalah variabel daya beli masyarakat dan loyalitas konsumen dengan total skor 0,162 setelah itu variabel penjualan secara *online* melalui *website* dan toko *online* dengan total skor 0,160. Sedangkan variabel yang menjadi ancaman dengan respon perusahaan paling lemah dengan total skor paling rendah yang dimiliki IKM ROOSMAN yaitu variabel isu-isu berbasis teknologi yang semakin berkembang dengan total skor 0,023 dan disusul dengan variabel pergeseran permintaan dengan total skor 0,032.

2. Dengan analisis SWOT diperoleh sembilan alternatif strategi yang dapat dijadikan pilihan, adapun kesembilan alternatif strategi yang dihasilkan adalah sebagai berikut:
 - a. Menggiatkan promosi di berbagai situs penjualan online dengan menawarkan potongan harga.
 - b. Mengembangkan fitur-fitur produk baru dengan melakukan adaptasi, modifikasi, kombinasi dan inovasi dengan disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat dan perkembangan zaman.
 - c. Memanfaatkan lokasi usaha yang strategis untuk mengoptimalkan keefektifan pemasaran.
 - d. Memperbaiki sistem manajemen organisasi baik dari sumber daya manusia maupun sistem informasi.
 - e. Memperbaiki tata letak fasilitas produksi agar lebih ergonomis, efektif dan efisien.
 - f. Membuat produk dengan harga yang lebih murah namun dengan kualitas yang baik.
 - g. Memberikan pelatihan kepada pemuda-pemudi masyarakat sekitar desa Manding untuk turut mengembangkan sentra kerajinan kulit Manding.
 - h. Mempromosikan produk ke pasar internasional.
 - i. Mengembangkan pengetahuan teknologi.
3. Adapun hasil dari analisis QSPM dan analisis waktu, biaya, infrastruktur dan pendapat pengusaha adalah sama, yaitu mengembangkan

pengetahuan teknologi dengan total skor akhir 6,992 untuk perhitungan QSPM dan 0,178 untuk perhitungan analisis waktu, biaya, infrastruktur dan pendapat pengusaha.

5.2. Saran

Setelah melakukan serangkaian analisis pemilihan strategi bisnis IKM ROOSMAN, berikut peneliti sampaikan beberapa saran yang dapat diberikan sebagai pertimbangan bagi IKM ROOSMAN dan juga peneliti selanjutnya demi pengembangan serta tindak lanjut dari penelitian ini:

1. Diharapkan adanya komitmen bersama dari pembuat kebijakan perusahaan dalam hal ini pemilik usaha IKM ROOSMAN dalam menunjang dan mendorong upaya pengembangan strategi pengembangan pengetahuan teknologi baik untuk pengelola usaha maupun karyawan IKM ROOSMAN.
2. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memperluas kajian penelitian akademik terkait pemilihan strategi bisnis. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah jumlah responden dari pihak-pihak terkait yang berperan dalam pengambilan kebijakan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bahri, Saipul. 2013. Analisis Strategi Bersaing Berdasarkan Konsep Value Chain pada Industri Kecil Obat Tradisional (IKOT) Menggunakan AHP dan QSPM. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- David, Fred R. 2011. Manajemen Strategis Konsep Buku 1 Edisi 12. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Finansia, Cici. 2016. Analisis Strategi Dengan Perspektif *Value Chain* Menggunakan Metode *Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)*. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Govindan.K, Sarkis.J, Palaniappan.M. 2013. *An analytic network process-based multicriteria decision makin model for reverse supply chain. International Journal Adv Manufactur and Technology.*
- Hunger, J.D., Wheelen, Thomas L. 2003. Manajemen Strategis. Penerbit ANDI. Yogyakarta.
- Jannah, R., Lusiana. 2015. Aplikasi Penerimaan Karyawan dengan Metode *Multi Attribute Utility Theory*. Jurnal SATIN Sains dan Teknologi Informasi Vol.1 N0.2. Teknik Informatika, STMIK Riau.
- Jerusalem, M.A. 2010. Perancangan Strategi Usaha Industri Kecil menengah di bidang Usaha Konveksi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Kamar Dagang dan Industri (KADIN) Indonesia pada Website www.kadin-Indonesia.or.id di akses pada tanggal 20 Agustus 2016.
- Pearce II, John A., Robinson, R.B, Jr. 2013. Manajemen Strategis (Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian). Penerbit Salemba Empat. Jakarta.

- Pungkaswati, P.T. 2013. Penerapan *Analytic Network Process (ANP)* Sebagai Sistem Pendukung Keputusan dalam Pemberian *Reward* Dosen. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Puspitasari, N.B, Rumita, R., Pratama, G.Y. 2013. Pemilihan Strategi Bisnis dengan menggunakan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) dan Model MAUT (*Multi Attribute Utility Theory*). Universitas Diponegoro. Semarang.
- Rangkuti, Freddy. 2001. Analisis SWOT Teknik Membelah Kasus Bisnis. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Rusydiana, A.S, Devi, Abrista. 2013. *Analytic Network Process: Pengantar Teori dan Aplikasi*. SMART Publishing. Bogor.
- Saputro, Rian Adhi. 2014. Analisis Sektor UKM Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja di Provinsi D.I. Yogyakarta. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Sari, E.M, Primyastanto, M, Purwanti, P. 2003. Analisa Strategi Keunggulan Bersaing Perusahaan. Universitas Brawijaya. Malang.
- Shojaei, M.R, Taherii, N.S, Mighani, M.A, 2010. *Strategic Planning for Food Industry Equipment Manufacturing Factory, Using SWOT Analysis, QSPM, and MAUT Models. Asian Journal of Management Research. ISSN 2229-3795.*
- Tambunan, Tulus. 2012. Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia. Penerbit LP3ES, anggota Ikapi. Jakarta.
- Terry, R.George, W.Rue, Leslie. 2010. Dasar-Dasar Manajemen. Bumi Aksara. Jakarta.
- Wignjosoebroto, S. 2000. Ergonomi, Studi Gerak dan Waktu. Teknik Analisis untuk Peningkatan Produktivitas Kerja. Penerbit Guna Widya. Surabaya.

LAMPIRAN 1

KUESIONER SKALA PERBANDINGAN BERPASANGAN

Dalam rangka melakukan penelitian tugas akhir yang berjudul “Pemilihan Strategi Bisnis” maka saya ingin meminta kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner kedua yang bertujuan untuk mengetahui tingkat kepentingan Faktor Lingkungan Internal dan Faktor Lingkungan Eksternal bagi perusahaan. Adapun tujuan dari pengambilan data kuesioner ini adalah untuk mengetahui pendapat tentang pemilihan strategi bisnis.

Jawaban yang Bapak/ibu berikan akan sangat bermanfaat bagi penelitian kami, yang selanjutnya akan menjadi masukan yang bermanfaat bagi perusahaan Bapak/Ibu dalam menentukan strategi bisnis untuk menghadapi persaingan yang semakin kompleks.

Demikian permohonan ini saya sampaikan, atas ketersediaan Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Sri Nur Rahayu

Instruksi Pengisian Kuesioner

Silahkan untuk menandai salah satu angka pada setiap baris dengan tanda (X) atau dilingkari sesuai dengan derajat kepentingan antara faktor/ variabel dengan faktor/ variabel pembandingnya.

Contohnya, kita menggunakan faktor sumber daya manusia dengan faktor pembanding manajemen untuk menjelaskan cara pengisian kuesioner.

1. Jika Bapak/Ibu menandai **angka 6** pada baris tersebut, berarti bahwa faktor Sumber Daya Manusia **enam kali lebih penting** daripada faktor Manajemen.

No	Faktor	Skala Faktor																Faktor Pembanding	
1	Sumber Daya Manusia	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Manajemen

2. Jika Bapak/Ibu menandai **angka 1** pada baris tersebut, berarti bahwa faktor Sumber Daya Manusia **sama penting** dengan faktor Manajemen.

No	Faktor	Skala Faktor																Faktor Pembanding	
1	Sumber Daya Manusia	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Manajemen

3. Jika Bapak/Ibu menandai **angka 4** pada baris tersebut, berarti bahwa faktor Manajemen **empat kali lebih penting** daripada faktor Sumber Daya Manusia.

No	Faktor	Skala Faktor																Faktor Pembanding	
1	Sumber Daya Manusia	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Manajemen

Kuesioner Skala Perbandingan Berpasangan

Untuk menentukan derajat kepentingan dari faktor lingkungan internal (IFE) dan faktor lingkungan eksternal (EFE)

1. Faktor Lingkungan Internal

Tabel 1. Kuesioner Pembobotan Faktor Lingkungan Internal

No	Faktor	Skala Faktor																Faktor Perbandingan	
1	Sumber Daya Manusia	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Manajemen
2	Sumber Daya Manusia	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Produksi
3	Manajemen	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Produksi

a. Faktor Sumber Daya Manusia

Tabel 2. Kuesioner Pembobotan Faktor Sumber Daya Manusia

No	Variabel	Skala Faktor																Variabel perbandingan	
1	Keterampilan tenaga kerja	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kepemimpinan
2	Keterampilan tenaga kerja	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Semangat kerja
3	Keterampilan tenaga kerja	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Pelatihan
4	Keterampilan tenaga kerja	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Pengetahuan tentang organisasi
5	Kepemimpinan	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Semangat kerja
6	Kepemimpinan	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Pelatihan
7	Kepemimpinan	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Pengetahuan tentang organisasi
8	Semangat kerja	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Pelatihan
9	Semangat kerja	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Pengetahuan tentang organisasi
10	Pelatihan	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Pengetahuan tentang organisasi

b. Faktor Manajemen

Tabel 3. Kuesioner Pembobotan Faktor Manajemen

No	Variabel	Skala Faktor																Variabel perbandingan	
1	Pengendalian kualitas produk	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Pemenuhan keinginan konsumen
2	Pengendalian kualitas produk	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Keefektifan pemasaran
3	Pengendalian kualitas produk	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kelayakan harga
4	Pengendalian kualitas produk	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Penyediaan layanan konsumen

5	Pengendalian kualitas produk	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Penetapan visi dan misi
6	Pengendalian kualitas produk	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Peramalan penjualan
7	Pengendalian kualitas produk	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Rancangan organisasional
8	Pengendalian kualitas produk	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Pengendalian persediaan
9	Pengendalian kualitas produk	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Penggunaan sistem informasi manajemen
10	Pemenuhan keinginan konsumen	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Keefektifan pemasaran
11	Pemenuhan keinginan konsumen	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kelayakan harga
12	Pemenuhan keinginan konsumen	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Penyediaan layanan konsumen
13	Pemenuhan keinginan konsumen	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Penetapan visi dan misi
14	Pemenuhan keinginan konsumen	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Peramalan penjualan
15	Pemenuhan keinginan konsumen	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Rancangan organisasional
16	Pemenuhan keinginan konsumen	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Pengendalian persediaan
17	Pemenuhan keinginan konsumen	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Penggunaan sistem informasi manajemen
18	Keefektifan pemasaran	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kelayakan harga
19	Keefektifan pemasaran	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Penyediaan layanan konsumen
20	Keefektifan pemasaran	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Penetapan visi dan misi
21	Keefektifan pemasaran	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Peramalan penjualan
22	Keefektifan pemasaran	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Rancangan organisasional
23	Keefektifan pemasaran	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Pengendalian persediaan
24	Keefektifan pemasaran	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Penggunaan sistem informasi manajemen
25	Kelayakan harga	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Penyediaan layanan konsumen
26	Kelayakan harga	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Penetapan visi dan misi
27	Kelayakan harga	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Peramalan penjualan
28	Kelayakan harga	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Rancangan organisasional
29	Kelayakan harga	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Pengendalian persediaan
30	Kelayakan harga	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Penggunaan sistem informasi manajemen

31	Penyediaan layanan konsumen	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Penetapan visi dan misi
32	Penyediaan layanan konsumen	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Peramalan penjualan
33	Penyediaan layanan konsumen	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Rancangan organisasional
34	Penyediaan layanan konsumen	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Pengendalian persediaan
35	Penyediaan layanan konsumen	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Penggunaan sistem informasi manajemen
36	Penetapan visi dan misi	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Peramalan penjualan
37	Penetapan visi dan misi	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Rancangan organisasional
38	Penetapan visi dan misi	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Pengendalian persediaan
39	Penetapan visi dan misi	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Penggunaan sistem informasi manajemen
40	Peramalan penjualan	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Rancangan organisasional
41	Peramalan penjualan	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Pengendalian persediaan
42	Peramalan penjualan	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Penggunaan sistem informasi manajemen
43	Rancangan organisasional	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Pengendalian persediaan
44	Rancangan organisasional	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Penggunaan sistem informasi manajemen
45	Pengendalian persediaan	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Penggunaan sistem informasi manajemen

c. Faktor Produksi

Tabel 4. Kuesioner Pembobotan Faktor Produksi

No	Variabel	Skala Faktor																Variabel pembanding	
		9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8		9
1	Kualitas bahan baku	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kepercayaan terhadap pemasok bahan baku
2	Kualitas bahan baku	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Lokasi usaha
3	Kualitas bahan baku	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Penggunaan teknologi tepat guna
4	Kualitas bahan baku	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Tata letak fasilitas produksi

5	Kepercayaan terhadap pemasok bahan baku	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Lokasi usaha
6	Kepercayaan terhadap pemasok bahan baku	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Penggunaan teknologi tepat guna
7	Kepercayaan terhadap pemasok bahan baku	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Tata letak fasilitas produksi
8	Lokasi usaha	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Penggunaan teknologi tepat guna
9	Lokasi usaha	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Tata letak fasilitas produksi
10	Penggunaan teknologi tepat guna	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Tata letak fasilitas produksi

2. Faktor Lingkungan Eksternal

Tabel 5. Kuesioner Pembobotan Faktor Lingkungan Eksternal

No	Faktor	Skala Faktor																	Faktor pembanding
1	Ekonomi	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Sosial, budaya, demografis dan lingkungan
2	Ekonomi	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Politik, pemerintahan dan hukum
3	Ekonomi	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Teknologi
4	Ekonomi	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Persaingan/ kompetitif
5	Sosial, budaya, demografis dan lingkungan	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Politik, pemerintahan dan hukum
6	Sosial, budaya, demografis dan lingkungan	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Teknologi
7	Sosial, budaya, demografis dan lingkungan	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Persaingan/ kompetitif
8	Politik, pemerintahan dan hukum	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Teknologi
9	Politik, pemerintahan dan hukum	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Persaingan/ kompetitif
10	Teknologi	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Persaingan/ kompetitif

a. Faktor Ekonomi

Tabel 6. Kuesioner Pembobotan Faktor Ekonomi

No	Variabel	Skala Faktor																	Variabel pembanding
1	Daya beli masyarakat	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Tingkat pengangguran
2	Daya beli masyarakat	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Lokasi usaha
3	Daya beli masyarakat	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Gaya hidup masyarakat

4	Daya beli masyarakat	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Tingkat pendapatan masyarakat
5	Daya beli masyarakat	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Tingkat pengangguran
6	Daya beli masyarakat	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Nilai dolar di pasar dunia
7	Daya beli masyarakat	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Pergeseran permintaan
8	Daya beli masyarakat	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kenaikan harga bahan pokok
9	Tingkat pengangguran	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Lokasi usaha
10	Tingkat pengangguran	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Gaya hidup masyarakat
11	Tingkat pengangguran	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Tingkat pendapatan masyarakat
12	Tingkat pengangguran	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Tingkat pengangguran
13	Tingkat pengangguran	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Nilai dolar di pasar dunia
14	Tingkat pengangguran	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Pergeseran permintaan
15	Tingkat pengangguran	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kenaikan harga bahan pokok
16	Lokasi usaha	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Gaya hidup masyarakat
17	Lokasi usaha	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Tingkat pendapatan masyarakat
18	Lokasi usaha	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Tingkat pengangguran
19	Lokasi usaha	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Nilai dolar di pasar dunia
20	Lokasi usaha	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Pergeseran permintaan
21	Lokasi usaha	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kenaikan harga bahan pokok
22	Gaya hidup masyarakat	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Tingkat pendapatan masyarakat
23	Gaya hidup masyarakat	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Tingkat pengangguran
24	Gaya hidup masyarakat	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Nilai dolar di pasar dunia
25	Gaya hidup masyarakat	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Pergeseran permintaan
26	Gaya hidup masyarakat	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kenaikan harga bahan pokok
27	Tingkat pendapatan masyarakat	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Tingkat pengangguran
28	Tingkat pendapatan masyarakat	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Nilai dolar di pasar dunia
29	Tingkat pendapatan masyarakat	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Pergeseran permintaan
30	Tingkat pendapatan masyarakat	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kenaikan harga bahan pokok
31	Tingkat pengangguran	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Nilai dolar di pasar dunia
32	Tingkat pengangguran	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Pergeseran permintaan
33	Tingkat pengangguran	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kenaikan harga bahan pokok

34	Nilai dolar di pasar dunia	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Pergeseran permintaan
35	Nilai dolar di pasar dunia	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kenaikan harga bahan pokok
36	Pergeseran permintaan	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Kenaikan harga bahan pokok

b. Faktor Sosial, budaya, demografis dan lingkungan

Tabel 7. Kuesioner Pembobotan Faktor Sosial, budaya, demografis dan lingkungan

No	Variabel	Skala Faktor																Variabel pembanding	
1	Sikap kepemimpinan	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Sikap terhadap layanan konsumen
2	Sikap kepemimpinan	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Sikap terhadap orang asing
3	Sikap kepemimpinan	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Tanggung jawab sosial
4	Sikap kepemimpinan	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Tingkat urbanisasi
5	Sikap kepemimpinan	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Pertumbuhan penduduk
6	Sikap kepemimpinan	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Tingkat migrasi
7	Sikap terhadap layanan konsumen	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Sikap terhadap orang asing
8	Sikap terhadap layanan konsumen	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Tanggung jawab sosial
9	Sikap terhadap layanan konsumen	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Tingkat urbanisasi
10	Sikap terhadap layanan konsumen	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Pertumbuhan penduduk
11	Sikap terhadap layanan konsumen	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Tingkat migrasi
12	Sikap terhadap orang asing	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Tanggung jawab sosial
13	Sikap terhadap orang asing	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Tingkat urbanisasi
14	Sikap terhadap orang asing	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Pertumbuhan penduduk
15	Sikap terhadap orang asing	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Tingkat migrasi
16	Tanggung jawab sosial	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Tingkat urbanisasi
17	Tanggung jawab sosial	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Pertumbuhan penduduk
18	Tanggung jawab sosial	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Tingkat migrasi
19	Tingkat urbanisasi	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Pertumbuhan penduduk
20	Tingkat urbanisasi	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Tingkat migrasi
21	Pertumbuhan penduduk	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Tingkat migrasi

c. Faktor Politik, pemerintahan dan hukum

Tabel 8. Kuesioner Pembobotan Faktor Politik, pemerintahan dan hukum

No	Variabel	Skala Faktor																Variabel pembanding	
		9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8		9
1	Tingkat subsidi pemerintah	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Lemahnya pranata hukum
2	Tingkat subsidi pemerintah	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Pemilu/pilkada
3	Tingkat subsidi pemerintah	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Regulasi pemerintah
4	Tingkat subsidi pemerintah	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Peraturan ekspor-impor
5	Lemahnya pranata hukum	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Pemilu/pilkada
6	Lemahnya pranata hukum	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Regulasi pemerintah
7	Lemahnya pranata hukum	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Peraturan ekspor-impor
8	Pemilu/pilkada	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Regulasi pemerintah
9	Pemilu/pilkada	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Peraturan ekspor-impor
10	Regulasi pemerintah	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Peraturan ekspor-impor

d. Faktor Teknologi

Tabel 9. Kuesioner Pembobotan Faktor Teknologi

No	Variabel	Skala Faktor																Variabel pembanding	
		9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8		9
1	Penjualan secara online melalui website dan toko online	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Penggunaan teknologi sebagai media penghubung dengan stakeholder
2	Penjualan secara online melalui website dan toko online	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Penggunaan email sebagai sarana jual beli dengan pembeli
3	Penjualan secara online melalui website dan toko online	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Persaingan toko online yang semakin kompleks
4	Penjualan secara online melalui website dan toko online	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Isu-isu berbasis teknologi yang semakin berkembang
5	Penggunaan teknologi sebagai media penghubung dengan stakeholder	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Penggunaan email sebagai sarana jual beli dengan pembeli

6	Penggunaan teknologi sebagai media penghubung dengan stakeholder	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Persaingan toko online yang semakin kompleks
7	Penggunaan teknologi sebagai media penghubung dengan stakeholder	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Isu-isu berbasis teknologi yang semakin berkembang
8	Penggunaan email sebagai sarana jual beli dengan pembeli	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Persaingan toko online yang semakin kompleks
9	Penggunaan email sebagai sarana jual beli dengan pembeli	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Isu-isu berbasis teknologi yang semakin berkembang
10	Persaingan toko online yang semakin kompleks	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Isu-isu berbasis teknologi yang semakin berkembang

e. Faktor Persaingan

Tabel 10. Kuesioner Pembobotan Faktor Persaingan/ Kompetitif

No	Variabel	Skala Faktor																Variabel Pembanding	
1	Loyalitas Konsumen	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Pangsa pasar
2	Loyalitas Konsumen	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Daya saing harga
3	Loyalitas Konsumen	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Ekspansi global
4	Pangsa pasar	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Daya saing harga
5	Pangsa pasar	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Ekspansi global
6	Daya saing harga	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Ekspansi global

LAMPIRAN 2

Kuesioner Pemberian Rating Faktor Lingkungan Internal

Petunjuk Pengisian

Berikan Peringkat pada setiap variabel dengan angka 1 sampai dengan 4 sesuai dengan **pengaruh variabel tersebut dengan kondisi perusahaan.**

Adapun keterangan nilai pada tabel IFE di bawah ini yaitu:

Peringkat 1 = Kelemahan utama

Peringkat 2 = Kelemahan kecil

Peringkat 3 = Kekuatan kecil

Peringkat 4 = Kekuatan utama

Faktor	Variabel	Rating/Peringkat			
		1	2	3	4
Sumber Daya Manusia	Kekuatan				
	Keterampilan tenaga kerja				
	Kepemimpinan				
	Semangat kerja				
	Pelatihan				
	Kelemahan				
	Pengetahuan tentang organisasi				
Manajemen	Kekuatan				
	Pengendalian kualitas produk				
	Pemenuhan keinginan konsumen				
	Keefektifan pemasaran				
	Kelayakan harga				
	Penyediaan layanan konsumen				
	Kelemahan				
	Penetapan visi dan misi				
	Peramalan penjualan				
	Rancangan organisasional				
	Pengendalian persediaan				
	Penggunaan sistem informasi manajemen				
	Produksi/ Operasi	Kekuatan			
Kualitas bahan baku					
Kepercayaan terhadap pemasok bahan baku					
Lokasi usaha					

	Kelemahan				
	Penggunaan teknologi tepat guna				
	Tata letak fasilitas produksi				

Kuesioner Pemberian Rating Faktor Lingkungan Eksternal

Petunjuk Pengisian

Berikan Peringkat pada setiap variabel dengan angka 1 sampai dengan 4 sesuai dengan **seberapa besar respon perusahaan terhadap variabel tersebut..**

Adapun keterangan nilai pada tabel EFE di bawah ini yaitu:

Peringkat 1 = Respon perusahaan **lemah**

Peringkat 2 = Respon perusahaan **rata-rata**

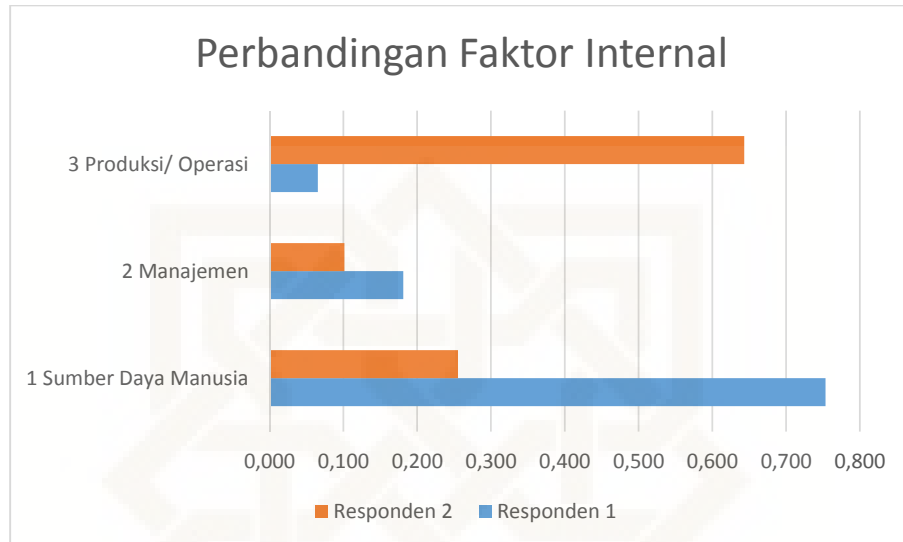
Peringkat 3 = Respon perusahaan **diatas rata-rata**

Peringkat 4 = Respon perusahaan **tinggi**

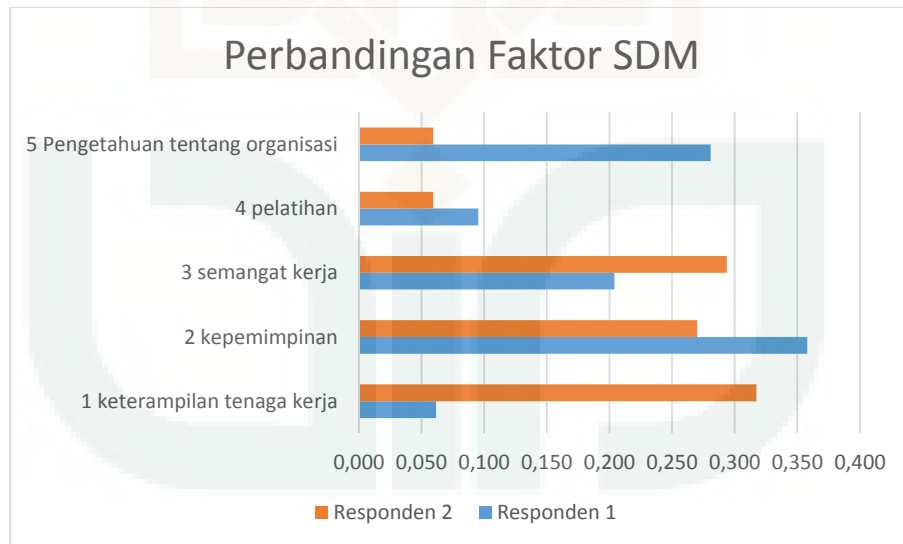
FAKTOR LINGKUNGAN EKSTERNAL					
Faktor	Variabel	Rating			
		1	2	3	4
Ekonomi	Peluang				
	Daya beli masyarakat				
	Tingkat pengangguran				
	Tempat usaha				
	Gaya hidup masyarakat				
	Ancaman				
	Tingkat pendapatan masyarakat				
	Tingkat pengangguran				
	Nilai dolar di pasar dunia				
	Pergeseran permintaan				
	Kenaikan harga bahan pokok				
	Sosial, budaya, demografis dan lingkungan	Peluang			
Sikap kepemimpinan					
Sikap terhadap layanan konsumen					
Sikap terhadap orang asing					
Tanggung jawab sosial					
Tingkat urbanisasi					
Ancaman					

	Pertumbuhan penduduk				
	Tingkat migrasi				
Politik, pemerintahan dan hukum	Peluang				
	Tingkat subsidi pemerintah				
	Lemahnya pranata hukum				
	Pemilu/pilkada				
	Ancaman				
	Regulasi pemerintah				
	Peraturan ekspor-impor				
Teknologi	Peluang				
	Penjualan secara online melalui website dan toko online				
	Penggunaan teknologi sebagai media penghubung dengan stakeholder				
	Penggunaan email sebagai sarana jual beli dengan pembeli				
	Ancaman				
	Persaingan toko online yang semakin kompleks				
	Isu-isu berbasis teknologi yang semakin berkembang				
Persaingan/ kompetitif	Peluang				
	Loyalitas konsumen				
	Pangsa pasar				
	Ancaman				
	Daya saing harga				
	Ekspansi global				

LAMPIRAN 3



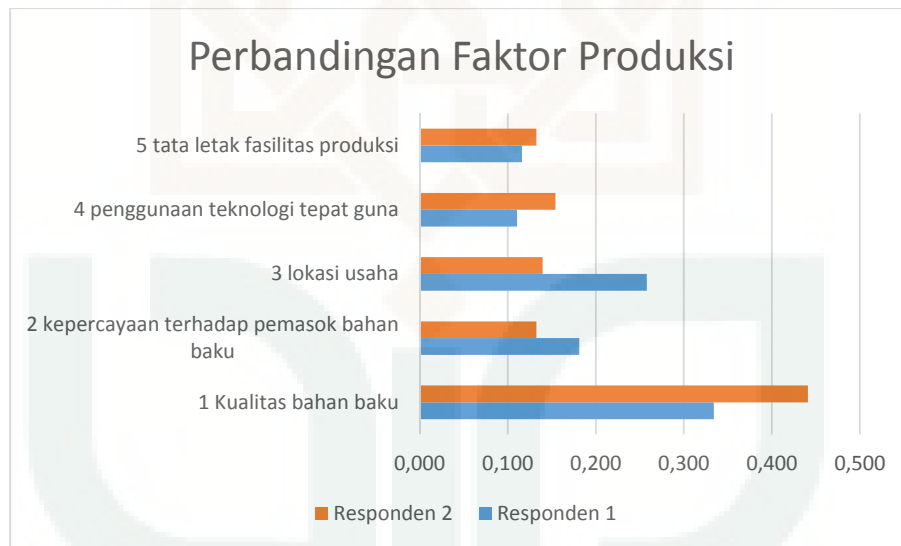
Gambar 1. Grafik Perbandingan Faktor Internal



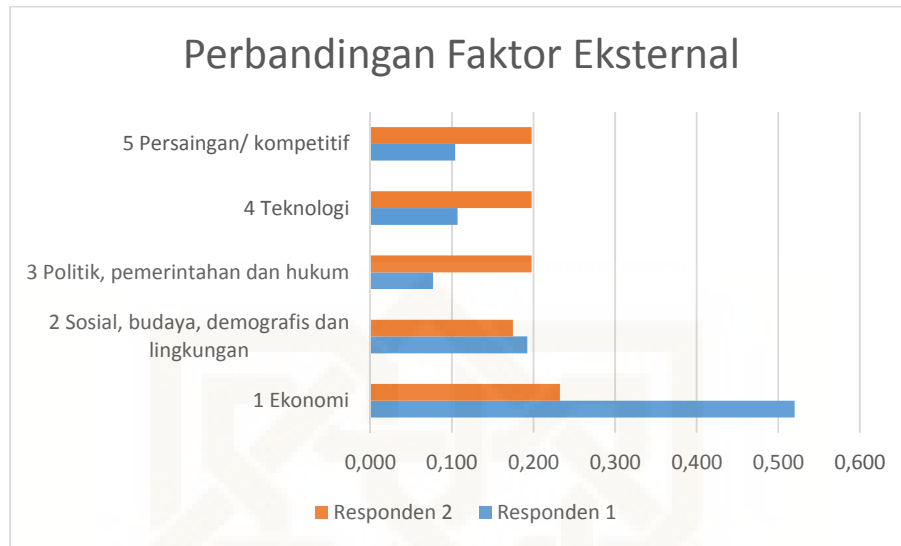
Gambar 2. Grafik Perbandingan Faktor SDM



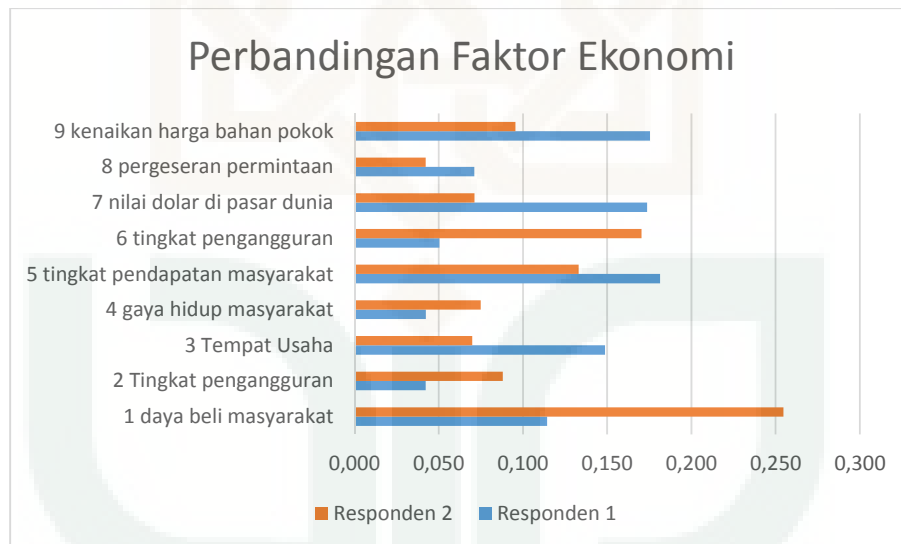
Gambar 3. Grafik Perbandingan Faktor Manajemen



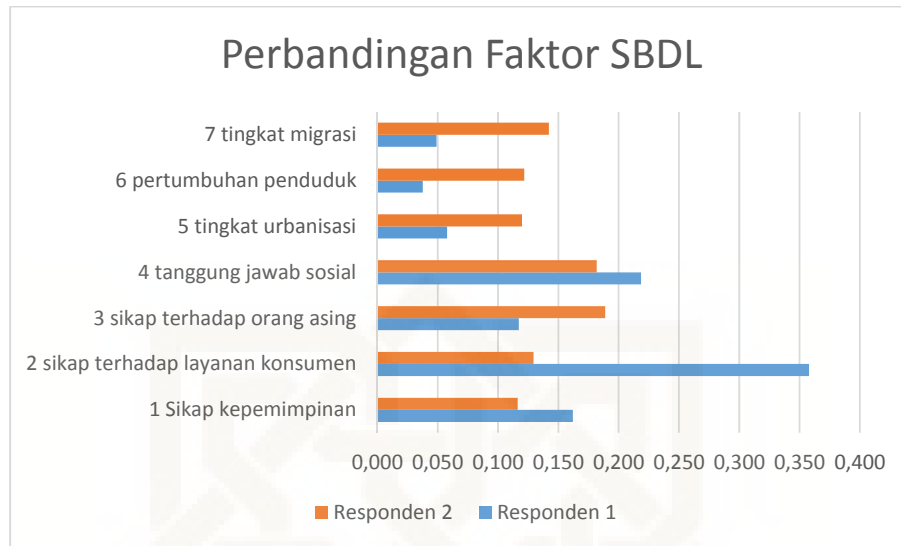
Gambar 4. Grafik Perbandingan Faktor Produksi/ Operasi



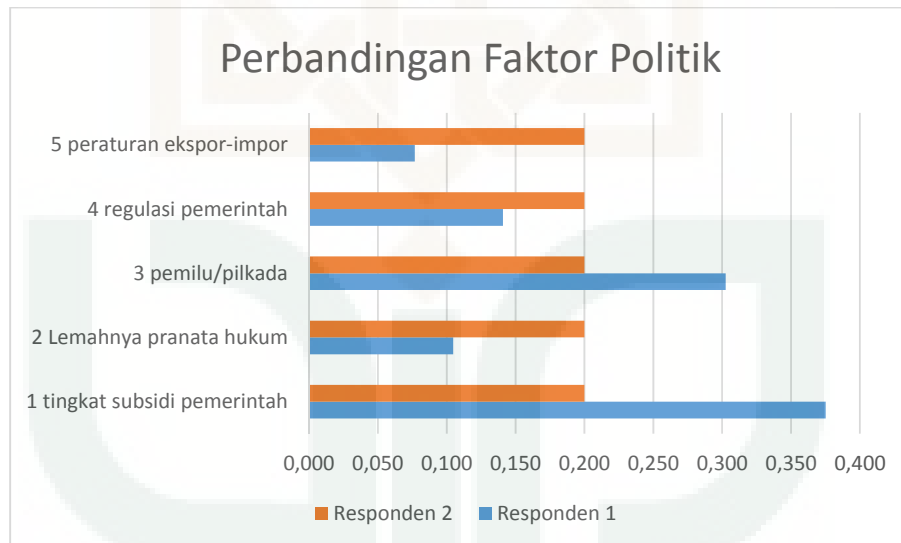
Gambar 5. Grafik Perbandingan Faktor Eksternal



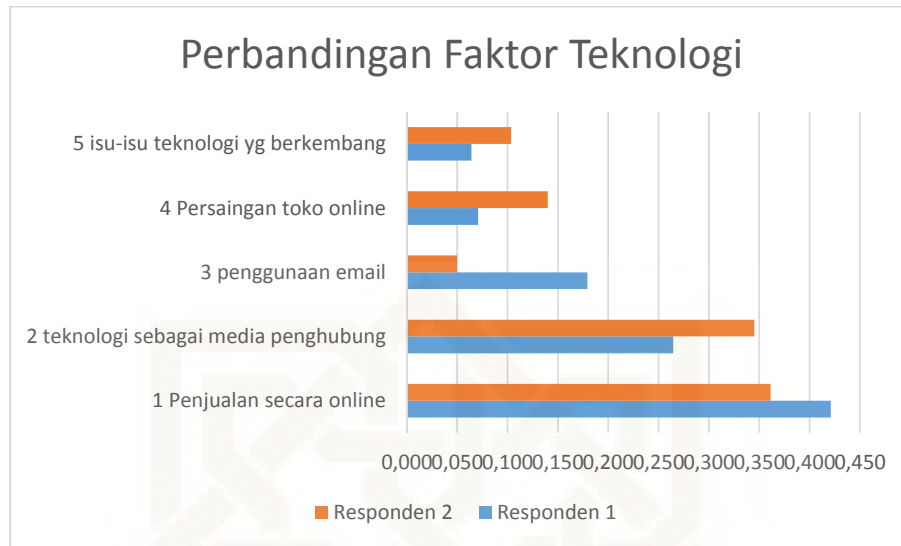
Gambar 6. Grafik Perbandingan Faktor Ekonomi



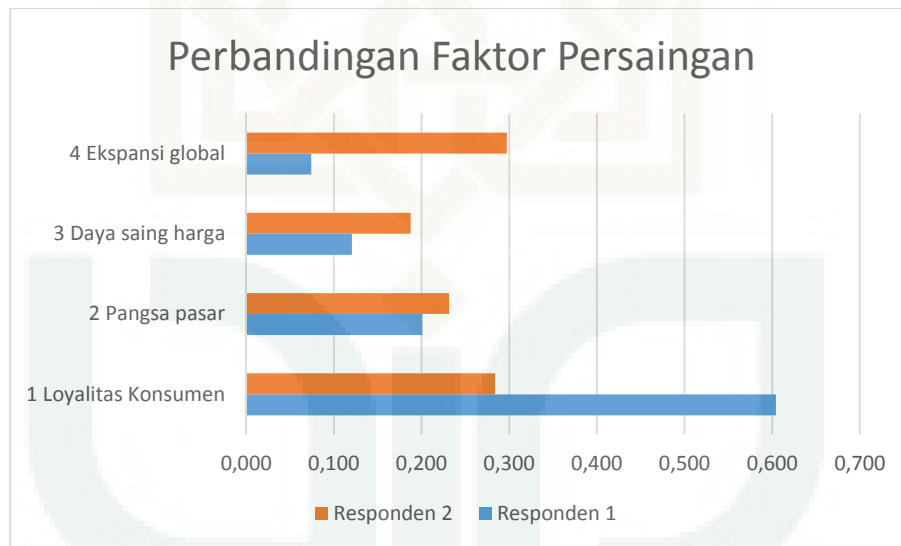
Gambar 7. Grafik Perbandingan Faktor Sosial, Budaya, Demografis dan Lingkungan



Gambar 8. Grafik Perbandingan Faktor Politik, Pemerintahan dan Hukum



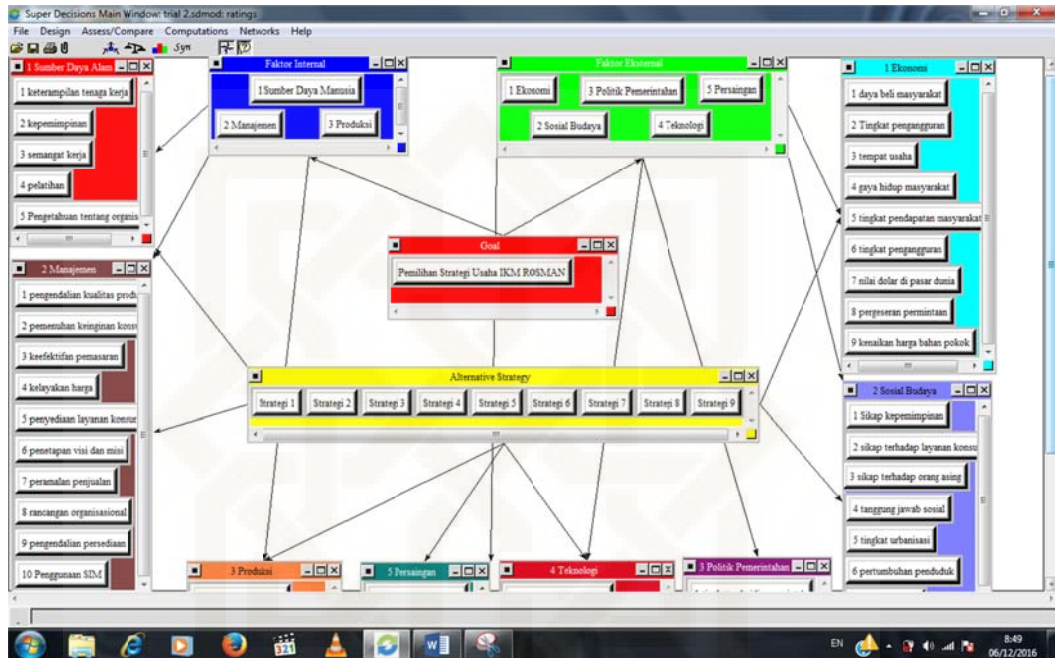
Gambar 9. Grafik Perbandingan Faktor Teknologi



Gambar 10. Grafik Perbandingan Faktor Persaingan/ Kompetitif

LAMPIRAN 4

Tampilan *Interface* Pengolahan Data Pada *Software Super Decisions*



Gambar 11. Interface Super Decisions

LAMPIRAN 5

Kuesioner Penilaian Strategi QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*)

Kuesioner di bawah ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kesesuaian strategi alternatif dengan kondisi perusahaan, silahkan Bapak/Ibu untuk memberi penilaian pada setiap kolom strategi dengan angka 1 s.d. 4.

Matriks QSPM	Strategi 1	Strategi 2	Strategi 3
	Menggiatkan promosi di berbagai situs penjualan online dengan menawarkan potongan harga	Mengembangkan fitur-fitur produk baru dengan melakukan adaptasi, modifikasi, kombinasi dan inovasi dengan disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat dan perkembangan zaman	Memanfaatkan lokasi usaha yang strategis untuk mengoptimalkan keefektifan pemasaran.
	Rating	Rating	Rating
Faktor Internal			
Sumber Daya Manusia			
Manajemen			
Produksi/ Operasi			
Faktor Eksternal			
Ekonomi			
Sosial, Budaya , Demografis dan Lingkungan			
Politik, Pemerintahan dan Hukum			
Teknologi			
Persaingan			

Keterangan Penilaian (*Rating*) :

- 1 = Strategi yang tidak sesuai
- 2 = Strategi yang kurang sesuai
- 3 = Strategi yang mungkin sesuai
- 4 = Strategi yang sangat sesuai

Kuesioner Penilaian Strategi QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*)

Kuesioner di bawah ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kesesuaian strategi alternatif dengan kondisi perusahaan, silahkan Bapak/Ibu untuk memberi penilaian pada setiap kolom strategi dengan angka 1 s.d. 4.

Matriks QSPM	Strategi 4	Strategi 5	Strategi 6
	Memperbaiki sistem manajemen organisasi baik dari sumber daya manusia maupun sistem informasi	Memperbaiki tata letak fasilitas produksi agar lebih ergonomis, efektif dan efisien	Membuat produk dengan harga yang lebih murah namun dengan kualitas yang baik
	Rating	Rating	Rating
Faktor Internal			
Sumber Daya Manusia			
Manajemen			
Produksi/ Operasi			
Faktor Eksternal			
Ekonomi			
Sosial, Budaya , Demografis dan Lingkungan			
Politik, Pemerintahan dan Hukum			
Teknologi			
Persaingan			

Keterangan Penilaian (*Rating*) :

- 1 = Strategi yang tidak sesuai
- 2 = Strategi yang kurang sesuai
- 3 = Strategi yang mungkin sesuai
- 4 = Strategi yang sangat sesuai

Kuesioner Penilaian Strategi QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*)

Kuesioner di bawah ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kesesuaian strategi alternatif dengan kondisi perusahaan, silahkan Bapak/Ibu untuk memberi penilaian pada setiap kolom strategi dengan angka 1 s.d. 4.

Matriks QSPM	Strategi 7	Strategi 8	Strategi 9
	Memberikan pelatihan kepada pemuda-pemudi masyarakat sekitar desa Manding untuk turut mengembangkan sentra kerajinan kulit Manding	Mempromosikan produk ke pasar internasional	Mengembangkan pengetahuan teknologi
	Rating	Rating	Rating
Faktor Internal			
Sumber Daya Manusia			
Manajemen			
Produksi/ Operasi			
Faktor Eksternal			
Ekonomi			
Sosial, Budaya , Demografis dan Lingkungan			
Politik, Pemerintahan dan Hukum			
Teknologi			
Persaingan			

Keterangan Penilaian (*Rating*) :

- 1 = Strategi yang tidak sesuai
- 2 = Strategi yang kurang sesuai
- 3 = Strategi yang mungkin sesuai
- 4 = Strategi yang sangat sesuai

LAMPIRAN 6

Kuesioner Penilaian Analisis Waktu, Biaya, Infrastruktur dan Pendapat Pengusaha

Keuesioner di bawah ini bertujuan untuk mengetahui pendapat Bapak/Ibu dalam menilai berbagai alternatif strategi berdasarkan 4 atribut yang mempengaruhinya. Silahkan Bapak/Ibu untuk memberi penilaian/skor pada setiap kolom atribut dengan angka 1 s.d. 4.

Keterangan Penilaian :

Skor	Indeks Biaya	Waktu	Infrastruktur	Pendapat Pengusaha
1	Biaya yang dibutuhkan sangat sedikit	Waktu yang dibutuhkan sangat cepat	Membutuhkan sangat sedikit infrastruktur	Tidak sesuai
2	Biaya yang dibutuhkan cukup sedikit	Waktu yang dibutuhkan cukup cepat	Membutuhkan cukup sedikit infrastuktur	Kurang Sesuai
3	Biaya yang dibutuhkan cukup banyak	Waktu yang dibutuhkan cukup lama	Membutuhkan cukup banyak infrastruktur	Cukup Sesuai
4	Biaya yang dibutuhkan sangat banyak	Waktu yang dibutuhkan sangat lama	Membutuhkan sangat banyak infrastruktur	Sangat sesuai

Strategi		Skor			
		Indeks Biaya	Waktu	Infrastruktur	Pendapat Pengusaha
Strategi 1	Menggiatkan promosi di berbagai situs penjualan online dengan menawarkan potongan harga				
Strategi 2	Mengembangkan fitur-fitur produk baru dengan melakukan adaptasi, modifikasi, kombinasi dan inovasi dengan disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat dan perkembangan zaman				
Strategi 3	Memanfaatkan lokasi usaha yang strategis untuk mengoptimalkan keefektifan pemasaran.				
Strategi 4	Memperbaiki sistem manajemen organisasi baik dari sumber daya manusia maupun sistem informasi				
Strategi 5	Memperbaiki tata letak fasilitas produksi agar lebih ergonomis, efektif dan efisien				
Strategi 6	Membuat produk dengan harga yang lebih murah namun dengan kualitas yang baik				
Strategi 7	Memberikan pelatihan kepada pemuda-pemudi masyarakat sekitar desa Manding untuk turut mengembangkan sentra kerajinan kulit Manding				
Strategi 8	Mempromosikan produk ke pasar internasional				
Strategi 9	Mengembangkan pengetahuan teknologi				

LAMPIRAN 7

Strategi Alternatif	SDM		Manajemen		Produksi		Ekonomi		Sosial Budaya Demografis		Politik Pemerintahan Hukum		Teknologi		Persaingan	
	Resp 1	Resp 2	Resp 1	Resp 2	Resp 1	Resp 2	Resp 1	Resp 2	Resp 1	Resp 2	Resp 1	Resp 2	Resp 1	Resp 2	Resp 1	Resp 2
Strategi 1	4	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	1	4	4	3	3
Strategi 2	4	3	3	3	4	3	2	2	3	2	1	1	3	4	4	3
Strategi 3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	1	1	4	4	2	3
Strategi 4	4	4	4	4	2	3	3	4	2	3	1	1	4	4	2	3
Strategi 5	4	3	3	3	4	2	2	3	3	3	1	1	4	4	1	3
Strategi 6	4	3	4	3	4	2	3	3	3	3	1	1	3	4	4	3
Strategi 7	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	2	3	2	4	1	3
Strategi 8	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3
Strategi 9	4	4	4	4	4	4	2	4	2	3	2	3	4	4	3	3

Hasil Kuesioner Penilaian Strategi Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)





LAMPIRAN 8

Hasil Kuesioner Penilaian Analisis Waktu, Biaya, Infrastruktur dan Pendapat Pengusaha

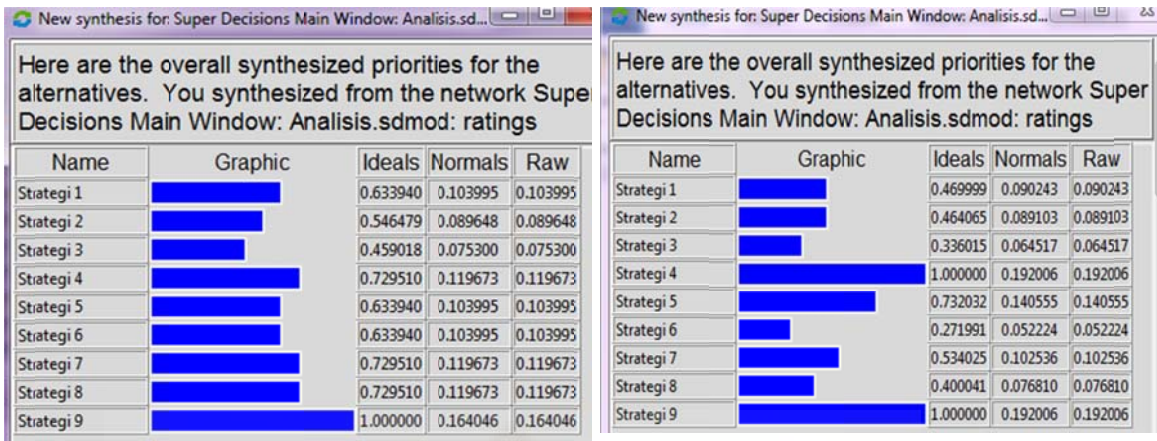
Strategi Alternatif	Indeks Biaya		Waktu		Infrastruktur		Pendapat Pengusaha	
	Resp 1	Resp 2	Resp 1	Resp 2	Resp 1	Resp 2	Resp 1	Resp 2
Strategi 1	3	2	3	3	3	2	3	4
Strategi 2	3	3	3	3	2	3	3	3
Strategi 3	3	2	2	2	3	3	2	3
Strategi 4	4	4	3	4	2	4	3	4
Strategi 5	3	3	3	3	3	4	3	4
Strategi 6	3	2	3	2	3	2	3	3
Strategi 7	4	4	3	3	2	2	3	3
Strategi 8	4	3	3	2	3	3	2	3
Strategi 9	4	4	4	4	3	4	3	4

LAMPIRAN 9

Hasil Penilaian Analisis Waktu, Biaya, Infrastruktur dan Pendapat Pengusaha Berdasarkan Software Super Decisions

	Priorities	Totals	1 Indeks Biaya 0.250000	2 Waktu 0.250000	3 Infrastruktur 0.250000	4 0.250000
Strategi 1	0.103995	0.464065	3	3	3	3
Strategi 2	0.089648	0.400041	3	3	2	3
Strategi 3	0.075300	0.336016	3	2	3	2
Strategi 4	0.119673	0.534025	4	3	2	3
Strategi 5	0.103995	0.464065	3	3	3	3
Strategi 6	0.103995	0.464065	3	3	3	3
Strategi 7	0.119673	0.534025	4	3	2	3
Strategi 8	0.119673	0.534025	4	3	3	2
Strategi 9	0.164046	0.732033	4	4	3	3

	Priorities	Totals	1 Indeks Biaya 0.250000	2 Waktu 0.250000	3 Infrastruktur 0.250000	4 Pendapat Peng 0.250000
Strategi 1	0.090243	0.469999	2	3	2	4
Strategi 2	0.089103	0.464065	3	3	3	3
Strategi 3	0.064517	0.336015	2	2	3	3
Strategi 4	0.192006	1.000000	4	4	4	4
Strategi 5	0.140555	0.732032	3	3	4	4
Strategi 6	0.052224	0.271991	2	2	2	3
Strategi 7	0.102536	0.534025	4	3	2	3
Strategi 8	0.076810	0.400041	3	2	3	3
Strategi 9	0.192006	1.000000	4	4	4	4



den 1

	TOTALS	PRIORITIES	1 Indeks Biaya	2 Waktu	3 Infrastruktur	4 Pendapat Pengus-
Strategi 1	0.464065	0.103995	0.464063	0.464065	0.464065	0.464065
Strategi 2	0.400041	0.089648	0.464063	0.464065	0.207969	0.464065
Strategi 3	0.336016	0.075300	0.464063	0.207969	0.464065	0.207969
Strategi 4	0.534025	0.119673	1.000000	0.464065	0.207969	0.464065
Strategi 5	0.464065	0.103995	0.464063	0.464065	0.464065	0.464065
Strategi 6	0.464065	0.103995	0.464063	0.464065	0.464065	0.464065
Strategi 7	0.534025	0.119673	1.000000	0.464065	0.207969	0.464065
Strategi 8	0.534025	0.119673	1.000000	0.464065	0.464065	0.207969
Strategi 9	0.732033	0.164046	1.000000	1.000000	0.464065	0.464065

den 1

	TOTALS	PRIORITIES	1 Indeks Biaya	2 Waktu	3 Infrastruktur	4 Pendapat Pengus-
Strategi 1	0.469999	0.090243	0.207961	0.464065	0.207969	1.000000
Strategi 2	0.464065	0.089103	0.464063	0.464065	0.464065	0.464065
Strategi 3	0.336015	0.064517	0.207961	0.207969	0.464065	0.464065
Strategi 4	1.000000	0.192006	1.000000	1.000000	1.000000	1.000000
Strategi 5	0.732032	0.140555	0.464063	0.464065	1.000000	1.000000
Strategi 6	0.271991	0.052224	0.207961	0.207969	0.207969	0.464065
Strategi 7	0.534025	0.102536	1.000000	0.464065	0.207969	0.464065
Strategi 8	0.400041	0.076810	0.464063	0.207969	0.464065	0.464065
Strategi 9	1.000000	0.192006	1.000000	1.000000	1.000000	1.000000

den 2

CURRICULUM VITAE



A. Identitas Diri

Nama lengkap : Sri Nur Rahayu
Tempat, Tanggal Lahir : Cirebon, 04 Oktober 1993
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat Asal : Jl. Dewi Sartika No.11 Rt.05/02 Sumber, Cirebon
Alamat : Mangkukusuman, GK4 1457, Baciro, Yogyakarta
Nama Ayah : Muali (Almarhum)
Nama Ibu : Sari'ah
E-mail : rahayusrinur@gmail.com
Nomor Hp : 082211744739

B. Riwayat Pendidikan :

2000-2006 : SD N 1 Sumber
2006-2009 : SMP N 1 Sumber
2009-2012 : SMA N 4 Cirebon
2012-sekarang : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta