

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Basu Swastha DH, I. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Curtis, D. B. (2006). *Komunikasi Bisnis dan Profesional*. Bandung: Remaja Rosda Karya Offset.
- David, F. R. (2010). *Manajemen Strategi Konsep*. Jakarta: Salemba Empat.
- Fajar, N. (2011). *Panduan Melakukan Riset Pemasaran*. Yogyakarta: Kuadrant.
- Fandy Tjiptono. (2017). Yogyakarta: Andi Offset.
- Gregorius, C. (2002). *Strategi dan Program Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- <http://www.jdih.kemenkeu.go.id/fullText/1995/9TAHUN~1995UU.htm>. (1995). Retrieved from <http://www.jdih.kemenkeu.go.id>.
- Purnomo, H. a. (2008). Indonesian traditional meatball. *International Food Research*, 101-108.
- Rangkuti, F. (2018). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- rosyidi, s. (2012). *pengantar teori ekonomi*. jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2014). *dasar-dasar manajemen pemasaran*. yogyakarta: CAPS.
- Tjuptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

Zuriah, N. (2006). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.

LAMPIRAN I

KATA PENGANTAR KUESIONER

Dengan hormat,

Perkenankanlah saya meminta kesediaan Bapak, Ibu, Saudara/ untuk berpartisipasi dalam mengisi dan menjawab selirih pernyataan yang ada dalam kuesioner ini. Data yang anda berikan digunakan untuk menyusun skripsi dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan”.

Untuk itu diharapkan Bapak, Ibu, Saudara/i dapat memberikan jawaban yang sebenar-benarnya demi membantu penelitian ini. Atas waktu dan kesediaannya saya ucapkan terima kasih, semoga penelitian ini bermanfaat bagi kita semua.

Cilacap, Desember 2020

Peneliti

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN WARUNG BAKSO SOLO
LUMAYAN KESUGIHAN**

IDENTITAS NARASUMBER

Nama :

Umur :

Jenis Kelamin :

Diharapkan Bapak, Ibu, Saudara/i dapat mengisi kuesioner ini dengan objektif dan benar, karena kuesioner ini adalah sebagai bahan penyusunan skripsi

Peneliti :

Mochammad Chamaludin

14612011016

A. Penentuan Bobot

Tujuan

Mendapatkan penilaian para responden mengetahui factor-faktor strategi internal maupun eksternal warung bakso solo lumayan, yaitu dengan cara pemberian bobot terhadap seberapa besar faktor tersebut dapat mempengaruhi atau membentuk keberhasilan strategi pemasaran warung bakso solo lumayan Kesugihan.

Petunjuk Umum

1. Pengisian kuesioner dilakukan secara tertulis oleh narasumber
2. Jawaban merupakan pendapat pribadi dari masing-masing narasumber
3. Dalam pengisian kuesioner, narasumber diharapkan melakukan secara langsung (tidak menunda) untuk menghindari inkonsistensi jawaban
4. Narasumber berhak untuk menambah atau mengurangi faktor-faktor strategi yang tercantum dalam kuesioner ini dan dilengkapi dengan alasan kuat

Petunjuk Khusus

1. Alternatif pemberian bobot terhadap faktor-faktor strategi internal dan eksternal yang tersedia untuk kuesioner ini adalah :

1 = tidak penting

2 = kurang penting

3 = biasa saja

4 = penting

5 = sangat penting

Pemberian bobot masing-masing strategi dilakukan dengan memberi tanda (✓) pada tingkat kepentingan (1-5) yang paling sesuai menurut narasumber.

2. Penentuan bobot merupakan pendapat masing-masing narasumber terhadap kemampuan kegiatan pemasaran Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan

dalam menghadapi faktor-faktor strategi internal dan eksternal Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan.

B. Penentuan Bobot Factor Strategi Internal Strategi Pemasaran Warung Bakso Solo Kesugihan

No	Kriteria yang dipertimbangkan dalam penentuan strategi pemasaran Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan	Tingkat Kepentingan				
		1	2	3	4	5
	Kekuatan					
A.	Produk					
1	menggunakan bahan yang berkualitas dan tidak mengandung bahan pengawet					
2	mudahnya memperoleh bahan baku					
3	citarasa yang selalu disukai pelanggan					
4	sudah mempunyai brand dilingkungan setempat					
B.	Harga					
1	tingkat harga yang beragam					
C.	Lokasi					
1	lokasi yang strategis karena berada ditengah pasar					
2	kebersihan yang selalu dijaga					
3	pelayanan yang baik dan cekatan					
4	fasilitas yang nyaman dan memadai					
D.	Promosi					
1	promosi secara langsung					
	Kelemahan					
A.	Produk					
1	varian rasa yang monoton					
B.	Harga					
1	harga yang relatif mahal karena setiap tahun naik					
C.	Lokasi					
1	lokasi yang bising karena berada ditengah pasar dan bersebelahan dengan rel kereta api					
2	lahan parkir yang terbilang sempit					
D.	Promosi					
1	promosi yang kurang maksimal					
2	masih menggunakan metode mulut ke mulut dalam promosi					

C. Penentuan Bobot Factor Strategi Eksternal Strategi Pemasaran Warung Bakso Solo Kesugihan

No	Kriteria yang dipertimbangkan dalam penentuan strategi pemasaran Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan	Tingkat Kepentingan				
		1	2	3	4	5
	Peluang					
A.	Lingkungan Mikro					
1	bakso banyak digemari oleh masyarakat					
2	terdapat universitas, sekolah dan beberapa pondok pesantren yang menjadi pembeli potensial					
3	pertumbuhan pangsa pasar yang luas					
4	bisnis kuliner tidak ada matinya karena setiap hari orang makan					
B.	Lingkungan Makro					
1	berkembangnya TIK yang semakin canggih					
2	hubungan baik dengan para pelaku UMKM					
3	peningkatan pendapatan dan daya beli masyarakat					
4	perubahan gaya hidup msyarakat					
	Ancaman					
A.	Lingkungan Mikro					
1	faktor cuaca (alam) yang tidak menentu					
2	banyak usaha bakso dimana-mana					
3	pesaing yang memiliki harga relatif murah					
4	kemungkinan adanya isu-isu negatif terhadap bakso yang dijual (bakso boraks)					
B.	Lingkungan Makro					
	fluktuasi harga bahan baku					
	isu kualitas bahan baku					

D. Penentuan Rating

Tujuan

Mendapatkan penilaian para responden mengetahui factor-faktor strategi internal maupun eksternal warung bakso solo lumayan, yaitu dengan cara pemberian bobot terhadap seberapa besar faktor tersebut dapat mempengaruhi atau membentuk keberhasilan strategi pemasaran warung bakso solo lumayan

Petunjuk Umum

1. Pengisian kuesioner dilakukan secara tertulis oleh narasumber
2. Jawaban merupakan pendapat pribadi dari masing-masing narasumber
3. Dalam pengisian kuesioner, narasumber diharapkan melakukan secara langsung (tidak menunda) untuk menghindari inkonsistensi jawaban
4. Narasumber berhak untuk menambah atau mengurangi faktor-faktor strategi yang tercantum dalam kuesioner ini dan dilengkapi dengan alasan kuat

Petunjuk Khusus

1. Alternatif pemberian rating terhadap faktor-faktor strategi internal (kekuatan) dan eksternal (kelemahan) yang bersifat positif adalah :
1 = sangat lemah
2 = lemah
3 = kuat
4 = sangat kuat

Sedangkan untuk faktor-faktor strategi internal (peluang) dan eksternal (ancaman) bersifat negatif adalah :

1 = sangat sulit diatasi

2 = sulit diatasi

3 = mudah diatasi

4 = sangat mudah diatasi

Pemberian rating masing-masing faktor strategi dilakukan dengan memberi tanda (✓) pada tingkat kepentingan (1-4) yang paling sesuai menurut narasumber

2. Penentuan rating merupakan pendapat masing-masing narasumber terhadap kemampuan kegiatan pemasaran Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan dalam menghadapi faktor-faktor strategi internal dan eksternal Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan

E. Penentuan Rating Faktor Strategi Internal Strategi Pemasaran Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan

No	Kriteria yang dipertimbangkan dalam penentuan strategi pemasaran Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan	Tingkat Kepentingan			
		1	2	3	4
	Kekuatan				
A.	Produk				
1	menggunakan bahan yang berkualitas dan tidak mengandung bahan pengawet				
2	mudahnya memperoleh bahan baku				
3	citarasa yang selalu disukai pelanggan				
4	sudah mempunyai brand dilingkungan setempat				
B.	Harga				
1	tingkat harga yang beragam				
C.	Lokasi				
1	lokasi yang strategis karena berada ditengah pasar				
2	kebersihan yang selalu dijaga				
3	pelayanan yang baik dan cekatan				
4	fasilitas yang nyaman dan memadai				
D.	Promosi				
1	promosi secara langsung				
	Kelemahan				
A.	Produk				
1	varian rasa yang monoton				
B.	Harga				
1	harga yang relatif mahal karena setiap tahun naik				
C.	Lokasi				
1	lokasi yang bising karena berada ditengah pasar dan bersebelahan dengan rel kereta api				
2	lahan parkir yang terbilang sempit				
D.	Promosi				
1	promosi yang kurang maksimal				
2	masih menggunakan metode mulut ke mulut dalam promosi				

F. Penentuan Rating Faktor Strategi Eksternal Strategi Pemasaran Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan

No	Kriteria yang dipertimbangkan dalam penentuan strategi pemasaran Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan	Tingkat Kepentingan			
		1	2	3	4
	Peluang				
A.	Lingkungan Mikro				
1	bakso banyak digemari oleh masyarakat				
2	terdapat universitas, sekolah dan beberapa pondok pesantren yang menjadi pembeli potensial				
3	pertumbuhan pangsa pasar yang luas				
4	bisnis kuliner tidak ada matinya karena setiap hari orang makan				
5	faktor teknologi				
B.	Lingkungan Makro				
1	berkembangnya TIK yang semakin canggih				
2	hubungan baik dengan para pelaku UMKM				
3	peningkatan pendapatan dan daya beli masyarakat				
4	perubahan gaya hidup masyarakat				
	Ancaman				
A.	Lingkungan Mikro				
1	faktor cuaca (alam) yang tidak menentu				
2	banyak usaha bakso dimana-mana				
3	pesaing yang memiliki harga relatif murah				
4	kemungkinan adanya isu-isu negatif terhadap bakso yang dijual (bakso boraks)				
B.	Lingkungan Makro				
	fluktuasi harga bahan baku				
	isu kualitas bahan baku				

Cilacap, --- Desember 2020

Narasumber

G. Kuesioner Penelitian Penentuan Strategi Terpilih dengan QSPM

Tujuan :

Untuk menetapkan kemenarikan relatif dari alternatif-alternatif strategi yang telah diperoleh melalui analisis matriks *strenght*, *weaknesses*, *opportunities* dan *threats* (SWOT) dan matriks Internal-Eksternal (IE), yang berguna untuk menetapkan strategi pengembangan produk yang terbaik untuk direkomendasikan kepada Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan. Hasil pemilihan alternatif strategi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

- a. Mempertahan kualitas produk yang terjamin dan halal
- b. Meningkatkan integritas dengan mengembangkan produk kepada masyarakat
- c. Membuat website resmi dan tetap konsisten melakukan promosi
- d. Meningkatkan loyalitas konsumen
- e. Inovatif dalam menciptakan varian rasa yang terbaru dan masa kini dengan melihat permintaan pelanggan
- f. Membuka cabang baru yang potensial di beberapa daerah terdekat serta memperluas pangsa pasar
- g. Mempertahankan harga jual produk dipasaran

Petunjuk Pengisian :

Tentukan *Attractive Score* (AS) atau daya tarik dari masing-masing faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) untuk masing-masing alternatif strategi pemasaran sebagaimana disebut diatas dengan cara memberikan tanda (✓) pada pilihan bapak/ibu.

1 = tidak menarik

2 = agak menarik

3 = menarik

4 = sangat menarik

LAMPIRAN II

Hasil Pengisian Kuesioner Pembobotan Faktor Internal Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan

No	Kriteria yang dipertimbangkan dalam penentuan strategi pemasaran Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan	Narasumber					Rataan	Bobot
		1	2	3	4	5		
	Kekuatan							
A.	Produk							
1	menggunakan bahan yang berkualitas dan tidak mengandung bahan pengawet	5	5	4	4	3	4.2	0.073
2	mudahnya memperoleh bahan baku	5	4	3	4	3	3.8	0.066
3	citarasa yang selalu disukai pelanggan	5	5	3	2	2	3.4	0.059
4	sudah mempunyai brand dilingkungan setempat	3	4	3	3	4	3.4	0.059
B.	Harga							
1	tingkat harga yang beragam	4	3	4	4	3	3.6	0.063
C.	Lokasi							
1	lokasi yang strategis karena berada ditengah pasar	5	5	5	3	3	4.2	0.073
2	kebersihan yang selalu dijaga	3	4	3	3	5	3.6	0.063
3	pelayanan yang baik dan cekatan	4	4	2	1	5	3.2	0.056
4	fasilitas yang nyaman dan memadai	3	4	4	3	5	3.8	0.066
D.	Promosi							
1	promosi secara langsung	3	4	4	5	3	3.8	0.066
	Kelemahan							
A.	Produk							
1	varian rasa yang monoton	3	3	5	3	3	3.4	0.059
B.	Harga							
1	harga yang relatif mahal karena setiap tahun naik	4	5	4	4	3	4.0	0.070
C.	Lokasi							

1	lokasi yang bising karena berada ditengah pasar dan bersebelahan dengan rel kereta api	4	4	2	5	3	3.6	0.063
2	lahan parkir yang terbilang sempit	4	4	2	1	3	2.8	0.049
D. Promosi								
1	promosi yang kurang maksimal	3	4	4	5	2	3.6	0.063
2	masih menggunakan metode mulut ke mulut dalam promosi	4	3	1	5	2	3.0	0.052
Jumlah							57.4	1.000

**Hasil Pengisian Kuesioner Pembobotan Faktor Internal dan Eksternal
Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan**

No	Kriteria yang dipertimbangkan dalam penentuan strategi pemasaran Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan	Narasumber					Rataan	Bobot
		1	2	3	4	5		
Peluang								
A. Lingkungan Mikro								
1	bakso banyak digemari oleh masyarakat	4	4	3	1	4	3.2	0.066
2	terdapat universitas, sekolah dan beberapa pondok pesantren yang menjadi pembeli potensial	5	5	3	4	3	4	0.083
3	pertumbuhan pangsa pasar yang luas	3	4	4	1	2	2.8	0.058
4	bisnis kuliner tidak ada matinya karena setiap hari orang makan	5	4	3	2	1	3	0.062
B. Lingkungan Makro								
1	berkembangnya TIK yang semakin canggih	4	3	3	5	4	3.8	0.079
2	hubungan baik dengan para pelaku UMKM	3	3	4	5	2	3.4	0.071
3	peningkatan pendapatan dan daya beli masyarakat	2	3	3	4	5	3.4	0.071
4	perubahan gaya hidup masyarakat	3	4	2	2	4	3	0.062
Ancaman								
A. Lingkungan Mikro								
1	faktor cuaca (alam) yang tidak menentu	5	4	4	2	1	3.2	0.066

LAMPIRAN 3

Hasil Pengisian Kuesioner Rating Faktor Internal Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan

No	Kriteria yang dipertimbangkan dalam penentuan strategi pemasaran Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan	Narasumber					Rating (rating rata-rata)
		1	2	3	4	5	
	Kekuatan						
A.	Produk						
1	menggunakan bahan yang berkualitas dan tidak mengandung bahan pengawet	2	3	2	3	2	2.4
2	mudahnya memperoleh bahan baku	3	4	2	4	1	2.8
3	citarasa yang selalu disukai pelanggan	3	2	4	2	2	2.6
4	sudah mempunyai brand dilingkungan setempat	3	2	4	2	2	2.6
B.	Harga						
1	tingkat harga yang beragam	2	3	1	2	2	2
C.	Lokasi						
1	lokasi yang strategis karena berada ditengah pasar	1	3	2	1	3	2
2	kebersihan yang selalu dijaga	2	3	4	2	3	2.8
3	pelayanan yang baik dan cekatan	2	2	1	4	3	2.4
4	fasilitas yang nyaman dan memadai	2	2	3	3	4	2.8
D.	Promosi						
1	promosi secara langsung	2	2	3	1	2	2
	Kelemahan						
A.	Produk						
1	varian rasa yang monoton	3	2	4	4	4	3.4
B.	Harga						
1	harga yang relatif mahal karena setiap tahun naik	3	3	2	3	4	3
C.	Lokasi						

1	lokasi yang bising karena berada ditengah pasar dan bersebelahan dengan rel kereta api	2	1	2	3	2	2
2	lahan parkir yang terbilang sempit	4	2	4	4	3	3.4
D.	Promosi						
1	promosi yang kurang maksimal	3	4	4	4	2	3.4
2	masih menggunakan metode mulut ke mulut dalam promosi	3	4	4	4	2	3.4
	Jumlah						43

Hasil Pengisian Kuesioner Rating Faktor Eksternal Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan

No	Kriteria yang dipertimbangkan dalam penentuan strategi pemasaran Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan	Narasumber					Rating (rating rata-rata)
		1	2	3	4	5	
	Peluang						
A.	Lingkungan Mikro						
1	bakso banyak digemari oleh masyarakat	3	2	1	3	3	2.4
2	terdapat universitas, sekolah dan beberapa pondok pesantren yang menjadi pembeli potensial	3	3	2	4	3	3
3	pertumbuhan pangsa pasar yang luas	2	1	2	3	4	2.4
4	bisnis kuliner tidak ada matinya karena setiap hari orang makan	3	2	2	4	4	3
B.	Lingkungan Makro						
1	berkembangnya TIK yang semakin canggih	3	3	2	3	3	2.8
2	hubungan baik dengan para pelaku UMKM	2	4	1	3	2	2.4
3	peningkatan pendapatan dan daya beli masyarakat	3	3	2	1	2	2.2
4	perubahan gaya hidup masyarakat	2	2	3	2	1	2
	Ancaman						
A.	Lingkungan Mikro						

1	faktor cuaca (alam) yang tidak menentu	1	3	2	2	3	2.2
2	banyak usaha bakso dimana-mana	3	3	2	4	2	2.8
3	pesaing yang memiliki harga relatif murah	2	3	4	2	3	2.8
4	kemungkinan adanya isu-isu negatif terhadap bakso yang dijual (bakso boraks)	2	2	2	4	2	2.4
B.	Lingkungan Makro						
1	fluktuasi harga bahan baku	3	4	2	3	3	3
2	isu kualitas bahan baku	2	2	3	2	1	2
	Jumlah						35.4

LAMPIRAN 4

Hasil Analisis Matriks IFE Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan

No	Kriteria yang dipertimbangkan dalam penentuan strategi pemasaran Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan	Bobot (a)	Rating(b)	Nilai a x b
	Kekuatan			
A.	Produk			
1	menggunakan bahan yang berkualitas dan tidak mengandung bahan pengawet	0.07	2.4	0.176
2	mudahnya memperoleh bahan baku	0.07	2.8	0.185
3	citarasa yang selalu disukai pelanggan	0.06	2.6	0.154
4	sudah mempunyai brand dilingkungan setempat	0.06	2.6	0.154
B.	Harga			
1	tingkat harga yang beragam	0.06	2	0.125
C.	Lokasi			
1	lokasi yang strategis karena berada ditengah pasar	0.07	2	0.146
2	kebersihan yang selalu dijaga	0.06	2.8	0.176
3	pelayanan yang baik dan cekatan	0.06	2.4	0.134

4	fasilitas yang nyaman dan memadai	0.07	2.8	0.185
D.	Promosi			
1	promosi secara langsung	0.07	2	0.132
	Kelemahan			
A.	Produk			
1	varian rasa yang monoton	0.06	3.4	0.201
B.	Harga			
1	harga yang relatif mahal karena setiap tahun naik	0.07	3	0.209
C.	Lokasi			
1	lokasi yang bising karena berada ditengah pasar dan bersebelahan dengan rel kereta api	0.06	2	0.125
2	lahan parkir yang terbilang sempit	0.05	3.4	0.166
D.	Promosi			
1	promosi yang kurang maksimal	0.06	3.4	0.213
2	masih menggunakan metode mulut ke mulut dalam promosi	0.05	3.4	0.178
		1	43	2.661

Hasil Analisis Matriks EFE Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan

No	Kriteria yang dipertimbangkan dalam penentuan strategi pemasaran Warung Bakso Solo Lumayan Kesugihan	Bobot (a)	Rating(b)	Nilai a x b
	Peluang			
A.	Lingkungan Mikro			
1	bakso banyak digemari oleh masyarakat	0.07	2.4	0.159
2	terdapat universitas, sekolah dan beberapa pondok pesantren yang menjadi pembeli potensial	0.08	3	0.249
3	pertumbuhan pangsa pasar yang luas	0.06	2.4	0.139
4	bisnis kuliner tidak ada matinya karena setiap hari orang makan	0.06	3	0.187
B.	Lingkungan Makro			
1	berkembangnya TIK yang semakin canggih	0.08	2.8	0.221
2	hubungan baik dengan para pelaku UMKM	0.07	2.4	0.169
3	peningkatan pendapatan dan daya beli masyarakat	0.07	2.2	0.155
4	perubahan gaya hidup masyarakat	0.06	2	0.124
	Ancaman			
A.	Lingkungan Mikro			
1	faktor cuaca (alam) yang tidak menentu	0.07	2.2	0.146
2	banyak usaha bakso dimana-mana	0.07	2.8	0.209
3	pesaing yang memiliki harga relatif murah	0.08	2.8	0.221
4	kemungkinan adanya isu-isu negatif terhadap bakso yang dijual (bakso boraks)	0.08	2.4	0.189
B.	Lingkungan Makro			
1	fluktuasi harga bahan baku	0.09	3	0.261
2	isu kualitas bahan baku	0.06	2	0.124
		1	35.4	2.555

LAMPIRAN 5

Hasil Pengisian Kuesioner QSPM

STRATEGI 1 DAN 2 :

Faktor Strategi	Narasumber					Rata-rata	Faktor Strategi	Narasumber					Rata-rata
	1	2	3	4	5			1	2	3	4	5	
Kekuatan							Kekuatan						
A1	2	3	2	3	4	2.8	A1	2	3	2	1	4	2.4
A2	1	3	2	4	3	2.6	A2	2	3	4	3	2	2.8
A3	2	3	3	2	2	2.4	A3	3	4	2	2	3	2.8
A4	2	1	2	4	3	2.4	A4	2	2	3	4	3	2.8
B1	3	4	3	4	3	3.4	B1	3	4	3	2	1	2.6
C1	3	4	2	3	2	2.8	C1	4	2	3	3	2	2.8
C2	3	4	3	2	2	2.8	C2	3	4	2	1	2	2.4
C3	4	2	1	3	2	2.4	C3	3	3	1	3	2	2.4
C4	2	3	1	4	4	2.8	C4	1	3	3	2	4	2.6
D1	3	4	3	2	3	3	D1	4	3	2	3	3	3
Kelemahan							Kelemahan						
A1	3	3	2	4	4	3.2	A1	3	3	4	1	2	2.6
B1	3	1	2	3	3	2.4	B1	2	3	3	2	2	2.4
C1	3	4	2	2	2	2.6	C1	3	3	4	2	2	2.8
C2	2	2	4	3	2	2.6	C2	3	2	1	2	3	2.2
D1	3	3	1	3	3	2.6	D1	3	2	1	2	3	2.2
D2	2	2	3	4	3	2.8	D2	2	3	2	3	2	2.4
Peluang							Peluang						
A1	3	3	2	1	3	2.4	A1	2	4	3	1	1	2.2
A2	4	4	3	3	2	3.2	A2	1	3	4	3	2	2.6
A3	3	2	1	4	3	2.6	A3	1	2	3	3	3	2.4
A4	3	1	4	2	3	2.6	A4	2	2	4	3	2	2.6
B1	2	3	4	2	1	2.4	B1	2	3	3	4	2	2.8
B2	4	4	2	1	2	2.6	B2	4	2	2	3	2	2.6
B3	3	4	3	2	2	2.8	B3	2	3	2	2	2	2.2
B4	1	4	3	2	2	2.4	B4	4	4	3	2	3	3.2
Ancaman							Ancaman						
A1	1	3	3	4	1	2.4	A1	2	3	2	2	3	2.4
A2	2	4	3	2	2	2.6	A2	2	3	3	2	3	2.6
A3	3	4	2	2	2	2.6	A3	3	4	3	3	2	3
A4	4	3	2	3	3	3	A4	2	2	2	3	2	2.2

B1	2	3	4	1	2	2.4	B1	3	3	1	2	3	2.4
B2	2	4	2	1	2	2.2	B2	2	2	3	4	3	2.8

STRATEGI 3 DAN 4

Faktor Strategi	Narasumber					Rata-rata	Faktor Strategi	Narasumber					Rata-rata
	1	2	3	4	5			1	2	3	4	5	
Kekuatan							Kekuatan						
A1	2	3	2	2	3	2.4	A1	3	3	1	2	2	2.2
A2	2	3	4	4	3	3.2	A2	3	2	3	4	3	3
A3	3	4	4	3	3	3.4	A3	4	3	2	2	3	2.8
A4	2	2	3	4	4	3	A4	2	3	1	2	4	2.4
B1	3	4	4	3	2	3.2	B1	4	4	1	2	3	2.8
C1	3	4	4	3	3	3.4	C1	3	4	2	2	2	2.6
C2	2	3	3	4	2	2.8	C2	2	3	4	4	3	3.2
C3	2	1	1	2	3	1.8	C3	3	2	3	3	2	2.6
C4	3	4	4	2	1	2.8	C4	2	2	2	3	2	2.2
D1	3	4	3	3	1	2.8	D1	3	4	3	2	2	2.8
Kelemahan							Kelemahan						
A1	2	3	3	2	4	2.8	A1	3	2	4	3	2	2.8
B1	2	3	3	3	4	3	B1	3	3	2	3	4	3
C1	4	3	4	3	1	3	C1	4	2	2	2	3	2.6
C2	4	3	2	3	2	2.8	C2	2	3	3	2	2	2.4
D1	3	2	2	2	1	2	D1	4	3	3	3	2	3
D2	4	2	2	3	2	2.6	D2	4	3	4	2	2	3
Peluang							Peluang						
A1	4	3	2	2	3	2.8	A1	3	4	3	2	2	2.8
A2	4	3	3	2	2	2.8	A2	4	3	2	3	3	3
A3	3	2	3	1	1	2	A3	3	2	2	3	2	2.4
A4	3	4	4	3	2	3.2	A4	4	4	3	2	2	3
B1	2	3	3	4	2	2.8	B1	3	3	2	3	2	2.6
B2	4	3	3	4	3	3.4	B2	3	4	3	2	2	2.8
B3	3	2	3	4	4	3.2	B3	4	3	2	3	2	2.8
B4	3	3	2	2	3	2.6	B4	4	3	1	1	2	2.2
Ancaman							Ancaman						
A1	3	2	3	3	2	2.6	A1	4	3	2	2	2	2.6
A2	4	3	4	4	2	3.4	A2	3	4	3	1	2	2.6
A3	3	2	3	4	3	3	A3	2	3	4	3	2	2.8

A4	2	2	2	3	2	2.2	A4	2	2	3	3	1	2.2
B1	3	1	1	2	3	2	B1	4	3	3	2	2	2.8
B2	3	3	4	4	3	3.4	B2	3	2	3	4	3	3

STRATEGI 5 DAN 6 :

Faktor Strategi	Narasumber					Rata-rata	Faktor Strategi	Narasumber					Rata-rata
	1	2	3	4	5			1	2	3	4	5	
Kekuatan							Kekuatan						
A1	2	3	1	2	3	2.2	A1	2	3	3	4	3	3
A2	3	2	3	2	4	2.8	A2	4	4	3	4	2	3.4
A3	4	2	3	2	2	2.6	A3	3	3	3	2	3	2.8
A4	2	3	4	2	3	2.8	A4	3	3	3	2	3	2.8
B1	2	3	2	3	2	2.4	B1	4	3	3	3	2	3
C1	3	2	2	2	3	2.4	C1	3	3	3	2	2	2.6
C2	4	3	3	2	2	2.8	C2	2	2	3	4	2	2.6
C3	1	4	4	3	2	2.8	C3	4	3	3	2	1	2.6
C4	2	3	4	2	2	2.6	C4	3	3	4	3	2	3
D1	1	4	3	3	2	2.6	D1	3	4	4	3	2	3.2
Kelemahan							Kelemahan						
A1	2	3	3	1	2	2.2	A1	4	4	3	2	1	2.8
B1	3	2	1	2	3	2.2	B1	2	3	4	2	2	2.6
C1	4	2	3	4	2	3	C1	1	3	2	2	3	2.2
C2	4	4	3	2	3	3.2	C2	2	3	3	3	4	3
D1	3	2	2	2	3	2.4	D1	2	2	3	2	3	2.4
D2	3	2	2	2	3	2.4	D2	4	3	2	3	3	3
Peluang							Peluang						
A1	3	3	4	2	3	3	A1	4	3	2	3	2	2.8
A2	3	4	4	3	2	3.2	A2	3	2	3	3	2	2.6
A3	3	4	4	3	4	3.6	A3	3	4	3	4	4	3.6
A4	4	3	4	3	3	3.4	A4	4	3	4	3	2	3.2
B1	4	3	2	3	4	3.2	B1	3	4	2	3	4	3.2
B2	3	3	2	2	3	2.6	B2	4	3	2	2	3	2.8
B3	4	3	2	3	4	3.2	B3	2	3	2	3	2	2.4
B4	3	3	2	3	4	3	B4	4	4	2	2	3	3
Ancaman							Ancaman						
A1	3	4	4	3	2	3.2	A1	2	3	4	3	2	2.8
A2	3	2	3	3	2	2.6	A2	4	4	3	3	2	3.2

A3	4	3	2	1	1	2.2	A3	4	2	2	3	2	2.6
A4	4	4	2	3	2	3	A4	3	3	4	4	3	3.4
B1	3	4	2	3	4	3.2	B1	2	2	3	4	3	2.8
B2	4	4	3	2	2	3	B2	2	3	2	3	4	2.8

STRATEGI 7

Faktor Strategi	Narasumber					Rata-rata	Faktor Strategi	Narasumber					Rata-rata
	1	2	3	4	5			1	2	3	4	5	
Kekuatan							Peluang						
A1	3	2	3	4	3	3	A1	3	4	2	3	4	3.2
A2	2	2	2	3	2	2.2	A2	3	3	2	3	2	2.6
A3	3	3	2	3	3	2.8	A3	3	2	4	3	4	3.2
A4	2	3	4	4	2	3	A4	3	2	3	2	3	2.6
B1	2	3	3	2	3	2.6	B1	4	3	2	3	3	3
C1	3	3	4	4	3	3.4	B2	2	2	3	4	3	2.8
C2	2	3	4	2	2	2.6	B3	3	4	3	3	2	3
C3	3	3	4	3	3	3.2	B4	3	3	2	2	3	2.6
C4	2	3	4	4	3	3.2	Ancaman						
D1	4	4	3	3	2	3.2	A1	4	3	4	3	2	3.2
Kelemahan							A2	4	3	2	2	2	2.6
A1	3	2	3	3	4	3	A3	2	3	4	4	3	3.2
B1	3	2	3	4	3	3	A4	3	4	2	3	2	2.8
C1	3	4	4	4	2	3.4	B1	3	2	2	3	3	2.6
C2	2	1	4	3	3	2.6	B2	2	3	3	2	3	2.6
D1	3	4	2	1	2	2.4							
D2	4	2	3	2	3	2.8							

LAMPIRAN 6

Hasil Perhitungan QSPM

Faktor Strategi	Bobot	Alternatif Strategi													
		Strategi 1		Strategi 2		Strategi 3		Strategi 4		Strategi 5		Strategi 6		Strategi 7	
Kekuatan		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
A1	0.073	2.8	0.205	2.4	0.176	2.4	0.176	2.2	0.161	2.2	0.161	3	0.22	3	0.22
A2	0.066	2.6	0.172	2.8	0.185	3.2	0.212	3	0.199	2.8	0.185	3.4	0.225	2.2	0.146
A3	0.059	2.4	0.142	2.8	0.166	3.4	0.201	2.8	0.166	2.6	0.154	2.8	0.166	2.8	0.166
A4	0.059	2.4	0.142	2.8	0.166	3	0.178	2.4	0.142	2.8	0.166	2.8	0.166	3	0.178
B1	0.063	3.4	0.213	2.6	0.163	3.2	0.201	2.8	0.176	2.4	0.151	3	0.188	2.6	0.163
C1	0.073	2.8	0.205	2.8	0.205	3.4	0.249	2.6	0.19	2.4	0.176	2.6	0.19	3.4	0.249
C2	0.063	2.8	0.176	2.4	0.151	2.8	0.176	3.2	0.201	2.8	0.176	2.6	0.163	2.6	0.163
C3	0.056	2.4	0.134	2.4	0.134	1.8	0.1	2.6	0.145	2.8	0.156	2.6	0.145	3.2	0.178
C4	0.066	2.8	0.185	2.6	0.172	2.8	0.185	2.2	0.146	2.6	0.172	3	0.199	3.2	0.212
D1	0.066	3	0.199	3	0.199	2.8	0.185	2.8	0.185	2.6	0.172	3.2	0.212	3.2	0.212
Kelemahan															
A1	0.059	3.2	0.190	2.6	0.154	2.8	0.166	2.8	0.166	2.2	0.13	2.8	0.166	3	0.178
B1	0.07	2.4	0.167	2.4	0.167	3	0.209	3	0.209	2.2	0.153	2.6	0.181	3	0.209
C1	0.063	2.6	0.163	2.8	0.176	3	0.188	2.6	0.163	3	0.188	2.2	0.138	3.4	0.213
C2	0.049	2.6	0.127	2.2	0.107	2.8	0.137	2.4	0.117	3.2	0.156	3	0.146	2.6	0.127
D1	0.063	2.6	0.163	2.2	0.138	2	0.125	3	0.188	2.4	0.151	2.4	0.151	2.4	0.151
D2	0.052	2.8	0.146	2.4	0.125	2.6	0.136	3	0.157	2.4	0.125	3	0.157	2.8	0.146
Peluang															
A1	0.066	2.4	0.159	2.2	0.146	2.8	0.186	2.8	0.186	3	0.199	2.8	0.186	3.2	0.212
A2	0.083	3.2	0.266	2.6	0.216	2.8	0.232	3	0.249	3.2	0.266	2.6	0.216	2.6	0.216
A3	0.058	2.6	0.151	2.4	0.139	2	0.116	2.4	0.139	3.6	0.209	3.6	0.209	3.2	0.186
A4	0.062	2.6	0.162	2.6	0.162	3.2	0.199	3	0.187	3.4	0.212	3.2	0.199	2.6	0.162
B1	0.079	2.4	0.189	2.8	0.221	2.8	0.221	2.6	0.205	3.2	0.252	3.2	0.252	3	0.237
B2	0.071	2.6	0.183	2.6	0.183	3.4	0.24	2.8	0.198	2.6	0.183	2.8	0.198	2.8	0.198
B3	0.071	2.8	0.198	2.2	0.155	3.2	0.226	2.8	0.198	3.2	0.226	2.4	0.169	3	0.212
B4	0.062	2.4	0.149	3.2	0.199	2.6	0.162	2.2	0.137	3	0.187	3	0.187	2.6	0.162
Ancaman															
A1	0.066	2.4	0.159	2.4	0.159	2.6	0.173	2.6	0.173	3.2	0.212	2.8	0.186	3.2	0.212
A2	0.075	2.6	0.194	2.6	0.194	3.4	0.254	2.6	0.194	2.6	0.194	3.2	0.239	2.6	0.194
A3	0.079	2.6	0.205	3	0.237	3	0.237	2.8	0.221	2.2	0.173	2.6	0.205	3.2	0.252
A4	0.079	3	0.237	2.2	0.173	2.2	0.173	2.2	0.173	3	0.237	3.4	0.268	2.8	0.221
B1	0.087	2.4	0.209	2.4	0.209	2	0.174	2.8	0.244	3.2	0.279	2.8	0.244	2.6	0.227

B2	0.062	2.2	0.137	2.8	0.174	3.4	0.212	3	0.187	3	0.187	2.8	0.174	2.6	0.162
			5.327		5.152		5.628		5.400		5.588		5.744		5.761
			6		7		3		5		4		2		1

LAMPIRAN 7



LAMPIRAN 8

BIODATA PENULIS

Penulis dilahirkan di Ciamis 04 Oktober 1996 anak pertama dari pasangan Masruri dan Siti Nurjanah. Saat ini tinggal di Pondok Pesantren APIK Kesugihan di Jl Kebon Sawo rt 02 rw 05 Kesugihan Cilacap. Pendidikan yang ditempuh MI Sukajadi 1 Pamarican Ciamis, SMP Al Azhar Citangkolo Kota Banjar, SMA Ya Bakii Kesugihan kabupaten Cilacap. Mulai tahun 2014 menempuh perkuliahan di Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali Cilacap, mengambil prodi manajemen, fakultas ekonomi.