

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DENGAN METODE ANALISIS SWOT PADA  
UMKM AL MUWAFIQ DI DESA CANDIBINANGUN, KEC. SUKOREJO, KAB.  
PASURUAN**



**SKRIPSI**

Di Susun oleh :

**KHOIRUL ANAM**

NIM.2018.69.07.0015

PROGAM STUDI AGRIBISNIS  
FAKULTAS PERTANIAN  
**UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN 2022**

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Strategi Pengembangan Usaha Dengan Metode Analisis  
Swot Pada Umkm Al Muwafiq Didesa Candibinangun Kec.  
Sukorejo Kab. Pasuruan

Disusun oleh : khoiril anam

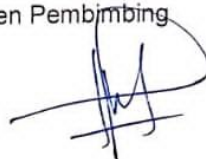
NIM : 2018.69.07.0015

Program Studi : Agribisnis

Telah diperiksa dan disetujui  
Pasuruan, 18 Agustus 2022

Menyetujui

Dosen Pembimbing



**teguh sarwo aji SP.,MMA**

NIP. Y : 069.02.02.002



**TANDA PENGESAHAN**

TELAH DI PERTAHANKAN DI DEPAN MAJLIS PENGUJI SKRIPSI, FAKULTAS  
PERTANIAN UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN, PADA :

HARI : Kamis

TANGGAL : 18 Agustus 2022

JAM : 15.00

JUDUL : Strategi Pengembangan Usaha Dengan Metode Analisis Swot Pada  
Umkm Al Muwafiq Didesa Candibinangun Kec. Sukorejo Kab. Pasuruan

**DINYATAKAN LULUS**



Dr. wenny mamilianti SP., MP  
NIP.Y.069.02.02.013



idah lumhatul fuad, SP., M.Agr  
NIP.Y.069.11.09.023



(teguh sarwo aji, SP., M.MA)  
NIP.Y.069.02.02.002

**MENGESAHAN**



Idah Lumhatul Fuad, SP., M.Agr  
NIP.Y.0691109023



Desy Cahyaning Utami, SP., MP  
NIP.Y.0691109026

### PERNYATAAN PENULIS

JUDUL STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DENGAN ANALISIS SWOT PADA  
UMKM AL MUWAFIQ DI DESA CANDIBINANGUN, KEC. SUKOREJO, KAB.  
PASURUAN

NAMA : KHOIRUL ANAM

NIM : 2018.69.07.0015

"Saya menyatakan dan bertanggung jawab dengan sebenarnya bahwa Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri kecuali cuplikan dan ringkasan yang masing- masing telah saya jelaskan sumbernya. Jika pada waktu selanjutnya ada pihak lain yang mengklaim bahwa Skripsi ini sebagai karyanya, yang disertai dengan bukti-bukti yang cukup, maka saya bersedia untuk dibatalkan gelar sarjana Teknik saya beserta segala hak dan kewajiban yang melekat pada gelar tersebut".

Pasuruan, 3 Agustus 2022



KHOIRUL ANAM

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat dan karunia serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “PERANCANGAN STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DENGAN ANALISIS SWOT PADA UMKM AL MUWAFIQ DI DESA CANDIBINANGUN, KEC. SUKOREJO, KAB. PASURUAN”.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini mengalami banyak kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, dan kerjasama dari berbagai pihak, dan berkah dari Allah SWT serta dorongan dan motivasi dari Bapak/Ibu dosen, orang tua dan teman-teman sekalian sehingga kendala yang dihadapi dapat diatasi untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan segala nikmat dan karunia-Nya sehingga Laporan Skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi teladan di dunia dan di akhirat.
3. Orang tua dan keluarga yang telah memberikan do'a restu, kasih sayang, semangat dan bantuan moril maupun materil.
4. Bapak Teguh Satwo Aji, SP., M, MA selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan motivasi yang sangat bermanfaat selama proses penyusunan skripsi.
5. Bapak Idah Lumhatul Fuad, SP., M, Agr IPM selaku .dekan jurusan agri bisnis
6. Bapak Desy Cahyaning Utami, SP., MP. selaku Ketua program studi Teknik Industri.
7. Bapak/Ibu Dosen Universitas Yudharta yang memberikan masukan dan motivasi terhadap proses pengerjaan skripsi hingga selesai.
8. Teman-teman satu angkatan Teknik Industri tahun 2018 yang memberikan banyak dukungan terhadap terselesaikannya skripsi ini.
9. Seluruh pihak yang membantu dalam proses penyelesaian penulisan skripsi ini dan tidak dapat disebutkan satu per satu.

Dalam penyusunan skripsi ini mungkin masih ada kekurangan dan kesalahan, karena terbatasnya kemampuan penulis walaupun telah dikaji ulang. Oleh karena itu, kritik dan saran diterima dengan baik guna membangun kekurangan tersebut.

Semoga kedepannya skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak dan semoga amal baik yang telah diberikan mendapatkan balasan dari Allah SWT.

Pasuruan, 3 Agustus 2022

KHOIRUL ANAM

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN DAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN PENULIS .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penyusunan .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1 Pengertian Strategi Pengembangan Usaha .....	13
2.3 Fungsi dan Tujuan Pemasaran.....	28
2.4 Jenis jenis Strategi Pengembangan Usaha .....	37
2.5 Analisis SWOT Sebagai Formulasi Strategi .....	47
2.6 Skala.....	52
2.2.1 Pengukuran Penskala.....	54
<b>BAB III Metodologi Penelitian.....</b>	<b>58</b>
3.1 Kerangka Konsep pemikiran.....	58
3.2 Teknis Metode Penelitian .....	59
3.2.1 Ruang Lingkup Penelitian dan Lokasi Penelitian .....	59
3.2.2 Jenis Penelitian dan Sumber Data .....	59
3.3 Pembuatan Kuisisioner Analisis Kekuatan dan Kelemahan .....	61
3.4 Pembuatan Kuisisioner Analisis Peluang dan ancaman .....	61
3.5 Pembuatan Forecasting Faktor Internal.....	62

3.6 Pembuatan Forecasting Faktor Eksternal.....	63
3.7 Penyebaran Kuisioner Sintesa Faktor Strategi.....	63
3.8 Sintesa Faktor Strategi .....	67
3.9 Pemetaan Hasil matrik SWOT .....	70
3.10 Teknis Pengumpulan data .....	71
3.10.1 Pengumpulan Data primer.....	71
3.10.2 Pengumpulan Data Sekunder .....	71
3.11 Diagram Alur Penelitian .....	72
<b>BAB IV HASIL dan PEMBAHASAN.....</b>	<b>73</b>
4.1 Data Konsumen .....	73
4.2 Data Jenis dan Peralatan .....	73
4.3 Data pemasok.....	74
4.4 Data Baku Produksi .....	74
4.5 Laporan SDM .....	74
4.6 Laporan Pemasaran .....	75
4.7 Identifikasi Faktor dan strategi.....	76
4.7.1 Identifikasi Fator Internal.....	76
4.7.2 Identifikasi Fator Internal.....	78
4.8 Penyusunan Sintesa kuisioner Faktor Strategi .....	80
4.8.1 Kuisioner Tingkat Kepentingan .....	81
4.8.2 Kuisioner Analisa Kekuatan dan Kelemahan .....	87
4.8.3 Kuisioner Analisa Pelang dan Ancaman.....	89
4.8.4 Kuisioner Forecasting Faktor Internal .....	92
4.8.5 Kuisioner Forecasting Faktor Eksternal .....	95
4.9 Sintesa Faktor Strategi Internal .....	100
4.10 Sintesa Faktor Strategi eksternal.....	104
4.11 Pemetaan hasil Matrik SWOT .....	109
4.12 Hasil.....	112
4.13 Analisa Matrik SWOT.....	113
4.14 Pemetaan hasil Matrik SWOT .....	115
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>117</b>

5.1 Kesimpulan.....	117
5.2 Saran.....	118

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu .....	11
Tabel 3.1 Sintesa Faktor Stategi Internal .....	69
Tabel 3.2 Sintesa Faktor Stategi Eksternal .....	70
Tabel 4.1 Jumlah Produksi Produsen Tape singkong di KAB. Pasuruan 2022.....	75
Tabel 4.2 Hasil Kuisioner Faktor Tingkat Kepentingan Internal.....	81
Tabel 4.3 Hasil Kuisioner Faktor Tingkat Kepentingan Eksternal.....	83
Tabel 4.4 Hasil Kuisioner Analisa Faktor Kekuatan .....	87
Tabel 4.5 Hasil Kuisioner Analisa Faktor Kelemahan .....	89
Tabel 4.6 Hasil Kuisioner analisa Faktor Kekuatan dan Kelemahan .....	92
Tabel 4.7 Hasil Kuisioner Analisa factor Peluang dan Ancaman .....	96
Tabel 4.8 Faktor Kunci .....	100
Tabel 4.9 Penentuan Skala Prioritas (SP) Faktor Strategi Kekuatan.....	101
Tabel 4.10 Penentuan Skala Prioritas (SP) Faktor Strategi Kelemahan.....	102
Tabel 4.11 Sintesa Faktor Strategi Internal.....	103
Tabel 4.12 Sintesa Faktor Strategi Peluang.....	105
Tabel 4.13 Sintesa Faktor Strategi Ancaman.....	106
Tabel 4.14 Sintesa Faktor Strategi Eksternal.....	107
Tabel 4.15 Strategi Perusahaan .....	112

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Faktor factor Pendorong Persaingan .....	26
Gambar 2.2 Matrik SWOT Analisis .....	50
Gambar 2.3 Diagram SWOT Analisis .....	51
Gambar 3.1 Skema Krangka Pemikiran .....	58
Gambar 3.2 Diagram Alir penelitian .....	72
Gambar 4.1 Peta Persaingan Industri Tape Singkong Berdasarkan skala Pemasran .....	75



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis SWOT dalam perancangan strategi pengembangan usaha pada penjualan tape singkong sri sejati milik UMKM AL MUWAFQA di desa candi binangun, Penelitian dilaksanakan pada bulan agustus sampai dengan bulan desember 2021. Metode penelitian kepustakaan untuk pengumpulan data dengan menggunakan skala prioritas (sp) dan metode analisis SWOT yang digunakan adalah skala prioritas (sp) dan konstanta Kuesioner ini ditujukan kepada pimpinan perusahaan UMLM AL MUWAFQA. Metode analisis menggunakan Penyusunan Sintesa kuisisioner Faktor Strategi yang meliputi Kuisisioner Tingkat Kepentingan, Kuisisioner Analisa Kekuatan dan Kelemahan, Kuisisioner Analisa Pelang dan Ancaman, Kuisisioner Forecasting Faktor Internal, Kuisisioner Forecasting Faktor Eksternal, Sintesa Faktor Strategi internal, Sintesa Faktor Strategi eksternal, Pemetaan hasil Matrik SWOT, analisa matrik SWOT. Diketahui bahwa Hal-hal yang mempengaruhi dan menyebabkan kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) pada produk dan sistem yang ada di perusahaan UMKM AL MUWAFQA adalah sebagai berikut, Kekuatan : reputasi pasar, keputusan pelanggan, kualitas produk, keahlian yang cakap dan berpandangan kedepan, pegawai yang berdedikasi, Kelemahan : pangsa pasar, petahanan pelanggan, Peluang : perbaikan produktivitas, teknologi baru, posisi produk dalam pandangan pembeli. Ancaman : kenaikan nilai tukar mata uang asing, kenaikan tarif telepon, listrik dan BBM, perubahan gaya hidup masyarakat, pangsa pasar pesaing, struktur biaya produksi dan administrasi. Strategi yang dihasilkan dengan melihat kemampuan perusahaan untuk mengimplementasikannya adalah sebagai berikut, Meningkatkan kapasitas produksi secara ekonomis dengan mutu yang baik.

Meningkatkan pangsa pasar (*market share*) di pasar utama dan maksimalisasi volume

dengan volume yang optimal di luar pasar utama, misalnya dengan meningkatkan pasar ke berbagai propinsi. Maksimalisasi harga dengan volume yang optimal di luar pasar utama dan menetapkan harga optimal dengan tetap mempertahankan misi serta memberikan kondisi yang wajar.

## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze SWOT in the design of business development strategies on the sale of true Sri cassava tape belonging to MSME AL MUWAFQA in Candi Binangun village. The study was carried out from August to December 2021. The method of literature research for data collection using a priority scale (sp) and the SWOT analysis method used is the priority scale (sp) and constants. This questionnaire is addressed to the leadership of the UMKM company AL MUWAFQA. The analysis method uses the Formulation of a Strategic Factors Questionnaire which includes the Interest Level Questionnaire, Strengths and Weaknesses Analysis Questionnaire, Opportunity and Threat Analysis Questionnaire, Internal Factor Forecasting Questionnaire, External Factor Forecasting Questionnaire, Internal Strategy Factor Synthesis, External Strategy Factor Synthesis, SWOT Matrix Result Mapping, SWOT matrix analysis. It is known that things that affect and cause strengths, weaknesses, opportunities, and threats to products and systems in the AL MUWAFQA MSME company are as follows, Strengths: market reputation, decisions customers, product quality, proficient and forward-looking expertise, dedicated employees, Weaknesses: market share, customer retention, Opportunities: productivity improvements, new technologies, positioning the product in the eyes of buyers. Threats: increase in foreign exchange rates, increase in telephone, electricity and fuel tariffs, changes in people's*

*lifestyles, market share of competitors, structure of production and administrative costs. The resulting strategy by looking at the company's ability to implement it is as follows, Increase production capacity economically with good quality. Increase market share in the main market and maximize volume with optimal volume outside the main market, for example by increasing the market to various provinces. Maximizing prices with optimal volume outside the main market and setting optimal prices while maintaining the mission and providing reasonable conditions for dealers. Strengthening linkages between suppliers and supporting institutions, both in quality and quantity.*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Badan Pusat Statistik tahun 2015 secara nyata Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mampu memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian nasional. Hal ini dipandang sebagai salah satu jenis usaha yang mampu memberi manfaat bagi masyarakat kecil. Dengan demikian pemerintah harus memperhatikan untuk kemajuan perekonomian negara serta mampu membuka peluang yang luas untuk merekrut tenaga kerja. Untuk pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) masih dilanda berbagai hambatan dan kelemahan dalam menghadapi dunia usaha yang semakin ketat dengan berbagai keterbatasan yang ada. Pemilihan strategi yang baik tentu akan memberikan efek positif bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dalam menghadapi persaingan yang ada. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sangat banyak ditemukan dan berkembang pada pemerintahan daerah. Oleh karena itu pemerintah daerah harus berperan aktif dalam hal ini, dengan maksud agar Usaha Mikro Kecil Menengah dapat meningkatkan otonomi daerah tersebut. (Yuditira, 2020)

Aktivitas usaha ialah sesuatu aktivitas yang dicoba dengan tujuan mendapatkan hasil berbentuk keuntungan, upah, ataupun laba usaha

(Setyawan, 2015). Dalam mengalami persaingan dunia usaha yang terus menjadi ketat, saat ini kita dituntut buat bisa meningkatkan usaha biar usaha kita bisa maju serta besar dan jadi pengusaha yang sukses, pengembangan usaha yang baik diawali dari kita sendiri meski banyak mengalami kendala-kendala dalam dunia usaha, hingga dari itu diperlukan strategi dalam pengembangan usaha biar usaha bisa bertahan lama serta tidak bangkrut (Rambe, 2018).

Rangkuti (2002) mengungkapkan bahwa Kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman merupakan empat sisi utama yang penting dalam menilai posisi produk dan sistem yang ada dari sebuah perusahaan dalam persaingan dengan produk dan sistem dari perusahaan lainnya yang sejenis. Penilaian terhadap sisi kekuatan sebuah produk dan sistem dari sebuah perusahaan akan memicu perusahaan tersebut untuk menonjolkan sisi kekuatannya untuk memberikan nilai tambah dibandingkan produk dan sistem dari perusahaan lain. Penilaian terhadap sisi kelemahan dapat membuat perusahaan tersebut berusaha mengatasi kelemahan dari produk dan sistemnya tersebut. Penilaian terhadap sisi peluang akan membuat perusahaan tersebut berusaha menakhlikkan berbagai peluang yang ada. Penilaian terhadap sisi ancaman akan menyadarkan perusahaan tersebut untuk menanggulangi setiap ancaman yang datang.

UMKM AL MUWAFIQ merupakan salah satu unit usaha yang bergerak

di bidang pembuatan tape singkong dengan nama produknya adalah tape sigkong sri sejati yang memiliki skala usaha cukup besar di kabupaten Pasuruan. Perusahaan UMKM AL MUWAFAQ berdiri pada tahun 1990 dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 25 orang dan rata-rata jumlah produksinya yaitu sebesar 100.000 kg pertahun. Jumlah tenaga kerja dan skala usaha yang cukup besar dapat menjadi kekuatan perusahaan dalam mengembangkan usahanya. Jumlah produksi yang besar juga dapat menjadi kekuatan perusahaan dalam menguasai pasar. Semua kegiatan usaha yang dijalankan oleh UMKM AL MUWAFAQ tidak pernah lepas dari pengaruh lingkungan usaha tempat dimana perusahaan beroperasi. Sebagai contoh jumlah perusahaan pesaing yang berkecimpung dalam bidang yang sama yaitu industri pembuat tape singkong. Lingkungan usaha terkadang berubah sangat cepat dan terjadi secara terus-menerus, sehingga menuntut perusahaan untuk dapat memperkirakan dan mengelola lingkungan tersebut dengan baik agar tidak menghambat proses pencapaian tujuan perusahaan. Perusahaan UMKM AL MUWAFAQ dalam hal ini harus mampu menganalisa dan mengantisipasi perubahan lingkungan, baik itu dari lingkungan internal yang masih bisa dikendalikan maupun dari lingkungan eksternal yang sukar untuk dikendalikan. Pengaruh dari kedua analisis lingkungan ini sangat besar dalam proses perumusan dan pemilihan strategi yang tepat demi kelangsungan hidup dan perkembangan perusahaan UMKM AL MUWAFAQ.

Analisis lingkungan internal dan eksternal memberikan identifikasi mengenai kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang dimiliki, sehingga perusahaan tape singkong sri sejati UMKM AL MUWAFAQ memiliki daya saing dan berkembang dengan masih memperhatikan misi dan tujuan awal.

Selama ini UMKM AL MUWAFAQ. belum pernah melakukan analisis terhadap dampak lingkungan baik lingkungan internal perusahaan maupun lingkungan eksternal perusahaan. Sehingga perusahaan tidak bisa menentukan strategi apa yang harus dilakukan untuk menghadapi persaingan dengan perusahaan lain. Oleh karena itu, evaluasi terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman produk yang diproduksi dan sistem yang dijalankan UMKM AL MUWAFAQ. dapat dilakukan dengan *SWOT analysis*. *SWOT* menempatkan situasi dan kondisi sebagai faktor masukan, yang kemudian dikelompokkan menurut kontribusi masing-masing posisi konsumen produk di pasar. Kekuatan posisi produk di pasar sangat berpengaruh terhadap umur kelangsungan hidup dari sebuah produk di pasar. Dengan demikian dengan *SWOT* ini dapat diketahui hal-hal yang dapat dipertimbangkan untuk memperkuat posisi produk di pasar.

Selama ini penggunaan *SWOT* tergantung pada usaha sejenis yang digunakan sebagai pembandingan atau menggunakan skala industri yang berasal dari sumber resmi. Apabila data pesaing belum terkumpul dan terpetakan maka *SWOT* dapat dilakukan tanpa pembandingan atau skala

industri dengan tetap tidak menghilangkan substansi kegunaannya akan tetapi ditambah fleksibilitasnya. *SWOT* tanpa skala industri ini digunakan bila sebuah perusahaan hingga pada saat dilakukan kajian situasi tidak memiliki data tentang pesaing atau pesaingnya belum terpetakan baik dalam skala industri (kumpulan perusahaan yang menghasilkan barang yang sama) maupun dari hasil inteligen perusahaan. Oleh karena itu perusahaan perlu mempersiapkan rencana usaha strategis terutama dari segi pemasaran dan manajemen organisasi, maka dengan menggunakan analisis *SWOT* yang dimodifikasi sedemikian hingga menjadikan ia dapat digunakan oleh perusahaan tanpa harus mengetahui skala industri atau data inteligen mengenai pesaingnya (Putong, 2002).

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti hendak menguji dan bisa menyimpulkan pokok permasalahan yang akan di teliti, antara lain :

1. UMKM AL MUWAFAQ. memerlukan analisis terhadap pengaruh kondisi internal dan lingkungan eksternal perusahaan sehingga perusahaan dapat menentukan SWOT perusahaan sebagai dasar penyusunan strategi selanjutnya.
2. Strategi apakah yang dapat diterapkan pada UMKM AL MUWAFAQ. dalam rangka mengembangkan usahanya untuk menghadapi persaingan antar perusahaan yang semakin ketat

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengidentifikasi factor-faktor internal dan external yakni kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang terdapat pada UMKM AL MUWAFAQ
3. Menentukan strategi yang dapat UMKM AL MUWAFAQ untuk mengembangkan usahanya.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

1. Mengetahui faktor-faktor internal dan eksternal apa sajakah yang mempengaruhi dan menyebabkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada UMKM AL MUWAFAQ

2. Memberikan masukan solusi untuk strategi yang dapat diterapkan UMKM AL MUWAFIQ untuk mengembangkan usahanya.

### **1.5 Sitematika Penyusunan**

Sistematika penyusunan adalah suatu yang sangat diperlukan dalam pembuatan Proposal Skripsi. Karena sistematika penyusunan memuat seluruh isi laporan yang dilaksanakan secara berurutan sehingga dapat memperlihatkan masalah yang akan dipaparkan. Untuk menghasilkan suatu penyusunan laporan Proposal Skripsi yang sistematis, maka penyajian sistematika laporan adalah sebagai berikut :

#### **1. BAB I PENDAHULUAN**

Menguraikan tentang hal-hal yang mendorong atau hal-hal yang melatarbelakangi pentingnya dilakukan penelitian tersebut. Komponen-komponen dalam bab ini diantaranya latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penyusunan.

#### **2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini terdiri dari 3 sub-bab besar yakni, penelitian terkait, landasan teori dan kerangka teori. Dalam bab ini menjelaskan tentang referensi penelitian terkait, teori

yang digunakan serta dikembangkan dan kerangka teori yang diterapkan selamapenelitian.

### 3. BAB III METODE PENELITIAN

Menjelaskan gambaran umum perusahaan tempat penyusun melakukan penelitian, yaitu mengenai sejarah singkat perusahaan, visi dan misi serta nilai-nilai perusahaan, struktur organisasi perusahaan, tenaga kerja, penyajian proses produksi, alur proses produksi dan peta kerja. Menggambarkan dan menjelaskan Kerangka Pemikiran, teknis metode penelitian, model sistem pengendalian, analisa data pengendalian persediaan penyajian data dan diagram alir penelitian.

### 4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi mengenai analisa hasil perhitungan berdasarkan penerapan metode *analisis SWOT* mulai dari pengumpulan data, pengolahan data dan analisis data.

### 5. BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bab yang berisikan kesimpulan hasil *analisis SWOT* dan perbandingan dengan kebijakan perusahaan, serta dilengkapi pula dengan saran- saran dari penulis untuk mengembangkan penelitian ini.



**B**

**A**

**B**

**V**

**P**

**E**

**N**

**U**

**T**

**U**

**P**

## **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan terhadap seluruh data yang diperoleh, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hal-hal yang mempengaruhi dan menyebabkan kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) pada produk dan sistem yang ada di perusahaan UMKM AL MUWAFIQ adalah sebagai berikut :

- a. Kekuatan : reputasi pasar, keputusan pelanggan,

kualitas produk, keahlian yang cakap dan berpandangan kedepan, pegawai yang berdedikasi.

b. Kelemahan : pangsa pasar, petahanan pelanggan.

c. Peluang : perbaikan produktivitas, teknologi baru, posisi produk dalam pandangan pembeli.

d. Ancaman : kenaikan nilai tukar mata uang asing, kenaikan tarif telepon, listrik dan BBM, perubahan gaya hidup masyarakat, pangsa pasar pesaing, struktur biaya produksi dan administrasi.

2. Strategi yang dihasilkan dengan melihat kemampuan perusahaan untuk mengimplementasikannya adalah sebagai berikut :

a. Meningkatkan kapasitas produksi secara ekonomis dengan mutu yang baik.

b. Meningkatkan pangsa pasar (*market share*) di pasar utama dan maksimalisasi volume dengan volume yang optimal di luar pasar utama, misalnya dengan meningkatkan pasar ke berbagai propinsi.

c. Maksimalisasi harga dengan volume yang optimal di luar pasar utama dan menetapkan harga optimal dengan tetap mempertahankan misi

serta memberikan kondisi yang wajar bagi penyalur.

- d. Memantapkan keterkaitan suplier dan lembaga penunjang, baik kualitas maupun kuantitas.
- e. Menggunakan kelebihan produksi untuk pangsa pasar luar.
- f. Menetapkan pola karir (jenjang karir) bagi tenaga kerja.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka diberikan saran yang diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan tape singkong sri sejati di UMKM AL MUWAFQA.

1. Perusahaan UMKM AL MUWAFQA hendaknya memperluas pangsa pasar baik pasar lokal, nasional maupun regional dengan cara memanfaatkan kemajuan di bidang teknologi informasi ( baik melalui media cetak atau media elektronik).

Sehingga produk tape singkong sri sejati UMKM AL MUWAFQA bisa dikenal oleh kalangan masyarakat luas.

2. Perusahaan tape singkong sri sejati UMKM AL MUWAFQA hendaknya memperbaiki sistem manajemen baik manajemen sumber daya manusia maupun manajemen keuangan untuk meningkatkan

loyalitas.

## Daftar Pustaka

2020, J. t. (2020). *DATABOKS*.

Firna M. A. Poluan, S. L. (2019). *Strategi marketing mix dalam meningkatkan volume penjualan (studi pada minuman kesehatan instant alvero*.

Ghozali. (2009). *Analisis Anailisi Multivariate dengan program SPSS*.

<https://m.merdeka.com>. (2020). *8 jenis mangga di indonesia yang manis dan menyegarkan*.

Jurnal emba. (2019). *Strategi marketing mix dalam meningkatkan volume penjualan*.

pemasaran, m. (2017). *umar*.

Ernawati, E., Ainiyah, R., Palupi, H. T., Syarwani, M., Hasyim, M., Huda, M., ... & Swasono, M. A. H. (2024). Pendampingan Penerapan Standard Sanitation Operating Procedure (SSOP) pada Proses Produksi Sari Murni Jeruk di UMKM Panda Sirup Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur. *Jurnal Inovasi Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(2), 343-352.

pemasaran, s. (2013). *umar*.

strategi pemasaran, s. (2021). *L*.

ridwan, F. (2020). *Analisis marketing mix dalam meningkatkan jumlah pembelian ayam geprek mbok kota kediri*.

sunarwing, A. (2019). *Analisis strategi marketing mix dalam meningkatkan volume penjualan teh botol sosro pada PT.sinar sosro kota makasar*.

WORKS, A. S. (2021). UNIVERSITAS YUDHARTA PASURUAN. *ABI RIZAL*.

[www.pasuruankab.co.id](http://www.pasuruankab.co.id). (2019). *petani mangga alpukat di kabupaten pasuruan* .

yanti, P. d. (2020). *Analisis penerapan marketing mix untuk meningkatkan penjualan sovenir aceh*.

Jurnal emba. (2019). *Strategi marketing mix dalam meningkatkan volume penjualan*.

kasmir. (2010). *Pengantar manajemen keuangan*.

Rangkuti, Freddy, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015

Affuah, A. (n.d.). Lubis, AY, *Pengembangan usaha*, repository.usu.ac.id.bitstream.pdf,

Afridal, M. (2017). *STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA ROTI TANJONG DI KECAMATAN SAMALANGKA KABUPATEN BIREUN . 20*.

Agustin, U. T. (2020 ). *STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DENGAN ANALISIS SWOT (STUDI KASUS INDUSTRI KNALPOT BAPAK AKHMAD SULTONI (MUSCLE POWER) DESA PESAYANGAN PURBALINGGA LOR) .*

agustin, U. t. (2020 ). *STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL .*

Andrew. (1980) *Manajemen Strategi*.

Argyris. ((1985)) *Manajemen Strategik*.

Arikunto, S. (2009). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.

Chaffe. ( (1985) *Strategi Bisnis*.

Chandler. ( (1962) ) *Manajemen Bisnis*.

Chandler. ((1962: 13) ) *Manajemen Bisnis*.

David . (2011) *Manajemen Strategis*.

David, F. R. (n.d.) *Management Strategic*.

Denzin 7 Lincoln . (1994) *Qualitative Research* .

Dewi, R. (2018). *STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA RENGGINANG PULUT DENGAN METODE ANALISIS SWOT* .

Foedz, M. M. (n.d.) *Management Strategic*.

Glos, S. d. (n.d.) *Management Strategic*.

Hariandja. (2020) *Manajemen Strategi*.

Hayes, R. H. (n.d.) *Management Strategic*.

Hidayati, U. (2018). *PENERAPAN ANALISIS SWOT SEBAGAI STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DALAM PERSEPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi pada Desa Jatirenggo Kecamatan Pringsewu Kabupaten Pringsewu)* .

Jackson, M. d. (n.d.) *Management Strategic*.

Jatmiko. (2003) *Manajemen Strategik* 115.

*Kamus Besar Bahasa Indonesia Manajemen Bisnis*. (2005).

Kapoor, H. d. *Management Bussinis* (n.d.).

Kuncoro. (2009). *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.

Kuswiratmo, B. A. (2016 ). *Bonafasi Memulai Usaha itu Gampang! langkah-langkah hukum mendirikan badan usaha* . 3.

Learned, c. A. ((1965)) *Management Business*.

Miner, S. d. ((1977)) *Management Business*.

Mintzberg. ( (1979)) *Management Business*

nikma, K. m. (2019 ). *ANALISIS SWOT TERHADAP STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA KURNIA SARI KATERING SEMARANG DAN DITINJAU DARI SEGI BISNIS*

*ISLAM .*

Noor. (2014). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana.

Nurul, K. (2019). *STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DENGAN PENDEKATAN ANALISIS SWOT DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM PADA USAHA SPREI LUKIS BALI "MUSTIKA" DI KABUPATEN BATANG. 11.*

Petrello, B. d. (n.d.) *Manajemen Bisnis*.

Prahalad, H. d. (1995) *Manajemen Strategi*.

Rambe, I. (n.d.). *Strategi Pengembangan Usaha 2018 .*

Rambe, I. (2018 ). *ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PEMBUATAN TAHU PADA PENGRAJIN TAHU BANDUNG KECAMATAN PADANG HULU TEBING TINGGI .*

Rambe, I. (2018). *Analisis strategi pengembangan usaha tahu pada pengerajin tahubandung kecamatan padang hulu tebing tinggi*. 11.

Siagaan, Sondang P., *Manajemen Stratejik*, Jakarta: Bumi aksara, 2008

Robinson, P. d. (2001) *Management Strategic*.

Setyawan, R. (2015) *Penerapan Analisis SWOT Sebagai Landasan Merumuskan Strategi Pemasaran*.

Usaha Jasa

Sewa Mobil

“AMAN-AMIN” .

Steinford. (n.d.)

*Pengertian*

*Bisnis*.

Swastha, B. (2002 ). *Manajemen pemasaran moderen*. Yogyakarta : Liberty.

Wensley, D. d. (1998) *Strategic*

*Marketing*. Wheelwright, S. C.

(n.d.) *Strategic Management*.

Winardi. (1981). *Manajemen Pemasaran dan Penjualan*, Bandung: Sinar Baru, 1981, 134.

Yuditira, S. (2020). *STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA INDUSTRI PRODUKUNGGULAN PRODUK SEPATU BUNUTASAN* .