

**PERANCANGAN PROMOSI PRODUK UNTUK  
MENINGKATKAN PENJUALAN MELALUI MEDIA  
SOSIAL MENGGUNAKAN METODE *QUANTITATIVE  
STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM)*  
(STUDI KASUS: UMKM K4BIZA WOOD ART DESA PANYOCOKAN  
KABUPATEN BANDUNG BARAT)**

**TUGAS AKHIR**

**Karya tulis sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik dari  
Program Studi Teknik Industri  
Fakultas Teknik Universitas Pasundan**

Oleh

**SALSABILA SAYYIDAH**

**NRP : 183010144**



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS PASUNDAN  
2022**

**PERANCANGAN PROMOSI PRODUK UNTUK  
MENINGKATKAN PENJUALAN MELALUI MEDIA  
SOSIAL MENGGUNAKAN METODE *QUANTITATIVE  
STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM)*  
(STUDI KASUS : UMKM K4BIZA WOOD ART DESA PANYOCOKAN  
KABUPATEN BANDUNG BARAT)**

Oleh

**SALSABILA SAYYIDAH  
NRP : 183010144**

Menyetujui

Tim Pembimbing

Tanggal, 22 November 2022

Pembimbing

Penelaah



Dr. Drs. Iman Firmansyah, MT



Dr. Ir. Riza Fathoni Ishak, MT

Mengetahui,

Ketua Program Studi Teknik Industri



Dr. Ir. M. Nurman Helmi, DEA

**PERANCANGAN PROMOSI PRODUK UNTUK  
MENINGKATKAN PENJUALAN MELALUI MEDIA  
SOSIAL MENGGUNAKAN METODE *QUANTITATIVE  
STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM)*  
(STUDI KASUS : UMKM K4BIZA WOOD ART DESA PANYOCOKAN  
KABUPATEN BANDUNG BARAT)**

SALSABILA SAYYIDAH  
NRP : 183010144

Pembimbing Utama :

Dr. Drs. Iman Firmansyah, MT

**ABSTRAK**

*UMKM K4BIZA Wood Art merupakan sebuah usaha yang bergerak pada bidang industri furnitur kayu seperti lukisan kayu, lemari, kursi, meja dan lukisan kayu. UMKM ini berlokasi di Desa Panyocokan, Kecamatan Ciwidey Kabupaten Bandung Barat. Permasalahan yang dihadapi UMKM K4BIZA Wood Art adalah masih terjadinya kenaikan dan penurunan pendapatan dikarenakan masih kurangnya pemberdayaan dan pemasaran yang konsisten sehingga penjualan tidak meningkat dan menyebabkan pendapatan yang didapatkan tidak stabil. Tujuan dari penelitian kali ini adalah untuk mengetahui strategi dengan menggunakan analisis SWOT dan metode Quantitative Strategic Planning Matrix untuk dapat meningkatkan penjualan pada UMKM K4BIZA Wood Art. Berdasarkan hasil dari analisis SWOT dengan mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal. Hasil dari analisis matriks IFE yang diperoleh dengan total sebesar 3,03, sedangkan analisis matriks EFE yang diperoleh dengan total skor sebesar 2,80. Hasil matriks IE UMKM K4BIZA Wood Art berada pada kuadran IV dengan matriks IFE 3,03 dan matriks EFE 2,80 yang berarti dapat diatasi dengan startegi tumbuh dan membangun yaitu penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk. Analisis matriks SWOT menghasilkan 8 strategi pilihan yang dapat dipilih oleh UMKM K4BIZA Wood Art dan berdasarkan dengan QSPM strategi terpilih yang paling terbaik adalah memasarkan dan memperkenalkan produk kepada pelanggan yang belum mengenal produk UMKM K4BIZA Wood Art secara online dengan total skor TAS sebesar 5,817.*

*Kata Kunci : UMKM, Analisis SWOT, Metode QSPM*

**PRODUCT PROMOTION DESIGN TO INCREASE SALES  
THROUGH SOCIAL MEDIA USING THE  
QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX  
(QSPM) METHOD  
(CASE STUDY : MSME K4BIZA WOOD ART PANYOCOKAN VILLAGE  
BANDUNG BARAT REGENCY)**

SALSABILA SAYYIDAH  
NRP : 183010144

Main Advisor :

Dr. Drs. Iman Firmansyah, MT

**ABSTRACT**

*MSME K4BIZA Wood Art is a business engaged in the wood furniture industry such as wood paintings, cabinets, chairs, tables and wood paintings. This MSME is located in Panyocokan Village, Ciwidey District, West Bandung Regency. The problem faced by K4BIZA Wood Art MSMEs is that there is still an increase and decrease in income due to the lack of empowerment and consistent marketing so that sales do not increase and cause unstable income. The purpose of this study is to determine the strategy using SWOT analysis and the Quantitative Strategic Planning Matrix method to increase sales at K4BIZA Wood Art SMEs. Based on the results of the SWOT analysis by identifying internal and external factors. The results of the IFE matrix analysis obtained a total of 3.03, while the EFE matrix analysis obtained a total score of 2.80. The results of the K4BIZA Wood Art MSME IE matrix are in quadrant IV with an IFE matrix of 3.03 and an EFE matrix of 2.80 which means that it can be overcome with growth and development strategies, namely market penetration, market development and product development. The SWOT matrix analysis resulted in 8 strategy options that K4BIZA Wood Art SMEs could choose from and based on the QSPM the best selected strategy was to market and introduce products to customers who were not familiar with K4BIZA Wood Art MSME products online with a total TAS score of 5,817.*

*Keywords : SMEs, SWOT Analysis, QSPM Method*

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iv</b>
<b>PEDOMAN PENGGUNAAN TUGAS AKHIR ....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB 1 Pendahuluan.....</b>	<b>I-1</b>
I.1 Latar Belakang Masalah.....	I-1
I.2 Perumusan Masalah.....	I-4
I.3 Tujuan Pemecahan Masalah.....	I-5
I.4 Manfaat Penelitian.....	I-5
I.5 Pembatasan Masalah .....	I-5
I.6 Sistematika Penulisan.....	I-6
<b>Bab II Landasan Teori .....</b>	<b>II-Error! Bookmark not defined.</b>
II.1 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) <b>II-Error! Bookmark not defined.</b>	
II.1.1 Kriteria Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) .....	<b>II-Error! Bookmark not defined.</b>
II.1.2 Klasifikasi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) .....	<b>II-Error! Bookmark not defined.</b>
II.2 Analisis SWOT ( <i>Strenght, Weakness, Opportunity, Threat</i> ) .....	<b>II-Error! Bookmark not defined.</b>
II.2.1 Analisis Lingkungan Internal.....	<b>II-Error! Bookmark not defined.</b>
II.2.2 Analisis Lingkungan Eksternal ....	<b>II-Error! Bookmark not defined.</b>
II.3 Matriks EFE dan IFE.....	<b>II-Error! Bookmark not defined.</b>
II.3.1 Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE) <b>II-Error! Bookmark not defined.</b>	
II.3.2 Matriks <i>External Factor Evaluation</i> (EFE) <b>II-Error! Bookmark not defined.</b>	

- II.4 Matriks IE (*Internal – External*).....II-Error! Bookmark not defined.
- II.5 Matriks SWOT .....II-Error! Bookmark not defined.
- II.6 *Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)*II-Error! Bookmark not defined.

**Bab III Metodologi Penelitian.....III-Error! Bookmark not defined.**

- III.1 Tempat dan Waktu Pelaksanaan .... III-Error! Bookmark not defined.
- III.2 Jenis Penelitian ..... III-Error! Bookmark not defined.
- III.3 Sumber Data ..... III-Error! Bookmark not defined.
- III.4 Metode Pengumpulan Data..... III-Error! Bookmark not defined.
- III.5 Metode Pengolahan Data ..... III-Error! Bookmark not defined.
- III.6 *Flowchart* Penelitian..... III-Error! Bookmark not defined.

**BAB IV Pengumpulan dan Pengolahan Data IV-Error! Bookmark not defined.**

- IV.1 Pengumpulan Data..... IV-Error! Bookmark not defined.
- IV.1.1 Sejarah singkat UMKM ..... IV-Error! Bookmark not defined.
- IV.1.2 Visi Misi UMKM..... IV-Error! Bookmark not defined.
- IV.1.3 Observasi Lapangan UMKM K4BIZA *Wood Art* .....IV-Error! Bookmark not defined.
- IV.1.4 Hasil Wawancara dengan pemilik UMKM K4BIZA *Wood Art*.....IV-Error! Bookmark not defined.
- IV.2 Pengolahan Data ..... IV-Error! Bookmark not defined.
- IV.2.1 Analisis SWOT (*Strenght, Weakneass, Opportunity, Threat*)IV-Error! Bookmark not defined.
- IV.2.1.1 Analisis Lingkungan Internal .IV-Error! Bookmark not defined.
- IV.2.1.2 Analisis Lingkungan EksternalIV-Error! Bookmark not defined.
- IV.2.2 Penyusunan Srategi Tahap I (*Input Stage*)IV-Error! Bookmark not defined.
- IV.2.2.1 Matrik *Internal Factor Evaluation* (IFE)IV-Error! Bookmark not defined.
- IV.2.2.2 Matriks *External Factor Evaluation* (EFE)IV-Error! Bookmark not defined.
- IV.2.3 Penyusunan Tahap 2 Penyesuaian (*Matching Stage*) .....IV-Error! Bookmark not defined.
- IV.2.3.1 Matriks Internal – Eksternal (IE)IV-Error! Bookmark not defined.
- IV.2.3.2 Matriks SWOT ..... IV-Error! Bookmark not defined.

IV.2.4	Penyusunan Strategi Tahap III Keputusan ( <i>Decision Stage</i> )..	IV-Error! <b>Bookmark not defined.</b>
IV.2.4.1	<i>Quantitative Strategic Planning</i> (QSPM)	IV-Error! <b>Bookmark not defined.</b>
IV.2.5	<i>Plan Action</i> .....	IV-Error! <b>Bookmark not defined.</b>
<b>BAB V</b>	<b>Analisis dan Pembahasan</b> .....	V-Error! <b>Bookmark not defined.</b>
V.1	Hasil Analisis SWOT ( <i>Strength, Weakneass, Opportunity, Threat</i> ) .....	V-Error! <b>Bookmark not defined.</b>
V.1.1	Analisis Faktor Internal.....	V-Error! <b>Bookmark not defined.</b>
V.2.1	Analisis Faktor Eksternal .....	V-Error! <b>Bookmark not defined.</b>
V.2	Hasil Analisis Pada Tahap Penyusunan Strategi	V-Error! <b>Bookmark not defined.</b>
V.2.1	Tahap I ( <i>Input Stage</i> ) .....	V-Error! <b>Bookmark not defined.</b>
V.2.2	Tahap II ( <i>Matching Stage</i> ) .....	V-Error! <b>Bookmark not defined.</b>
V.2.3	Tahap III ( <i>Decision Stage</i> ).....	V-Error! <b>Bookmark not defined.</b>
V.3	<i>Plan Action</i> .....	V-Error! <b>Bookmark not defined.</b>
<b>BAB VI</b>	<b>Kesimpulan dan Saran</b> .....	VI-Error! <b>Bookmark not defined.</b>
VI.1	Kesimpulan .....	VI-Error! <b>Bookmark not defined.</b>
VI.2	Saran .....	VI-Error! <b>Bookmark not defined.</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		

# BAB 1 PENDAHULUAN

## I.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri perdagangan Indonesia dalam persaingan bisnis semakin ketat, para pelaku usaha di Indonesia dituntut untuk melakukan persaingan guna merebut dan menguasai pangsa pasar dengan memberikan pelayanan terbaik. Hal ini memiliki dampak yang cukup signifikan dalam menembus persaingan pasar baik skala tingkat nasional maupun tingkat internasional.

Pada era globalisasi dan perdagangan digital ini dimana rata-rata semua bentuk transaksi jual beli barang ataupun jasa menggunakan media perantara internet. Tren pertumbuhan pasar perdagangan digital Indonesia meningkat setiap tahunnya bahkan dalam dua tahun terakhir, tren ini naik signifikan karena pandemic *Covid-19* yang melanda Indonesia. Dimana perkembangan perdagangan secara digital ini menjadi peluang untuk membantu para pelaku usaha kecil, usaha menengah dan para produsen rumah tangga. Maka, dengan adanya kondisi tersebut para pelaku usaha dituntut untuk mengeluarkan produk-produk berkualitas yang sesuai dengan kebutuhan pasar nasional maupun internasional.

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia merupakan salah satu tulang punggung perekonomian dalam negeri. Hal ini dikarenakan UMKM memiliki potensi, peran dan kontribusi yang sangat penting dan strategis bagi pembangunan perekonomian nasional. Menurut kementerian Koperasi dan Unit Kecil Menengah mencatat jumlah usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) mencapai 65,47 juta unit pada tahun 2019. Jumlah tersebut naik 1,98% jika dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebesar 64,19 juta unit. Mengingat persaingan bisnis global yang semakin ketat para pengusaha kecil dan menengah harus mampu mempertahankan dan meningkatkan kemampuan bersaing dengan menerapkan strategi bisnis yang tepat yang mampu memanfaatkan berbagai kesempatan untuk mengurangi dampak atau ancaman yang ada dan menjadikannya menjadi sebuah keuntungan bagi sebuah perusahaan. Dalam menjalankan usahanya para pelaku bisnis dituntut untuk kreatif dan terampil dalam mengembangkan ide untuk kemudian dituangkan dalam rencana strategi bisnis dalam menjalankan usahanya.

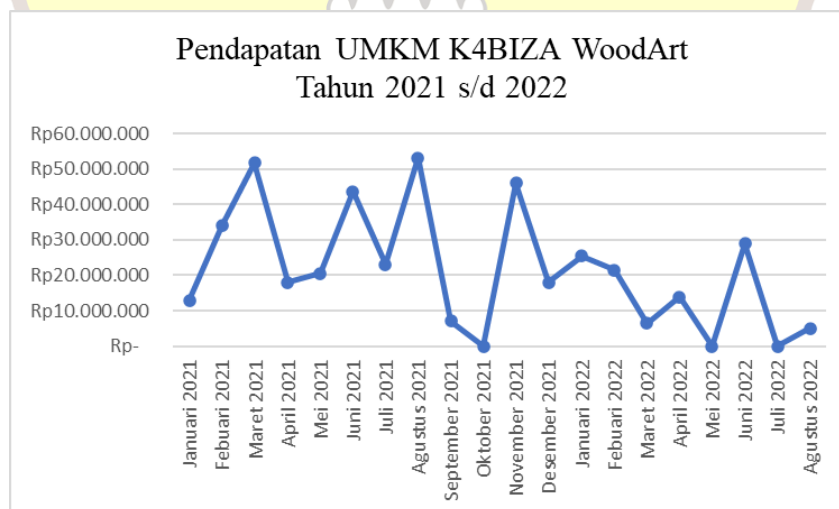


Salah satunya adalah industri *furniture*. Industri *furniture* ini merupakan industri yang mengolah bahan baku atau bahan setengah jadi dari kayu, rotan, dan bahan baku alami lainnya menjadi produk barang jadi *furniture* yang mempunyai nilai tambah dan manfaat yang lebih tinggi. Industri *furniture* di Indonesia tersebar hampir di seluruh provinsi salah satunya yaitu Kabupaten Bandung Barat yang merupakan daerah di provinsi Jawa Barat, yang mempunyai potensi bisnis yang luas, sehingga banyak bermunculan para pebisnis dalam berbagai bidang.

K4BIZA *Wood Art* merupakan salah satu UMKM unggulan dalam bidang *furniture* yang terletak di Jalan Ciloa Gg. Aseson RT03/RW02 Desa Panyocokan Kecamatan Pasir Jambu Kabupaten Bandung Barat. UMKM ini memproduksi beberapa produk kreatif dengan membuat limbah kayu menjadi lebih bermanfaat seperti membuat lukisan diatas kayu dan membuat beberapa *furniture* rumah tangga yang dapat di *custom* sesuai dengan keinginan konsumen seperti kursi, meja, lemari, kasur, rak yang berbahan dasar kayu. Pada tahun 2021 saat masa pandemi *Covid-19* UMKM K4BIZA *Wood Art* mengalami peningkatan yang cukup signifikan dikarenakan selain menjual produk – produk custom K4BIZA *Wood Art* mulai mencoba untuk menjual beberapa produk kecil seperti rak gantung, ambalan, meja lipat dan lain sebagainya melalui e-commerce dan memiliki banyak peminat dikarenakan diadakannya penerapan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) pada saat itu yang membatasi masyarakat untuk membeli beberapa kebutuhan secara langsung. Namun, karena adanya keterbatasan dan kesulitan yang terjadi dikarenakan persaingan pasar yang semakin hari semakin meningkat, begitupula masih kurangnya pemberdayaan dan pemasaran yang konsisten yang dilakukan oleh K4BIZA *Wood Art* ini sehingga penjualan tidak meningkat dan menyebabkan pendapatan yang didapatkan tidak stabil. Terjadi kenaikan dan penurunan pendapatan yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel I. 1 Data Pendapatan UMKM K4BIZA Wood Art Periode Tahun 2021 s/d 2022

Pendapatan Periode 2021 s/d 2022		
No	Periode	Pendapatan
1	Januari 2021	Rp 13.000.000
2	Febuari 2021	Rp 34.000.000
3	Maret 2021	Rp 51.800.000
4	April 2021	Rp 18.000.000
5	Mei 2021	Rp 20.500.000
6	Juni 2021	Rp 43.700.000
7	Juli 2021	Rp 23.000.000
8	Agustus 2021	Rp 53.200.000
9	September 2021	Rp 7.000.000
10	Oktober 2021	-
11	November 2021	Rp 46.000.000
12	Desember 2021	Rp 18.000.000
13	Januari 2022	Rp 25.500.000
14	Febuari 2022	Rp 21.500.000
15	Maret 2022	Rp 6.500.000
16	April 2022	Rp 13.950.000
17	Mei 2022	-
18	Juni 2022	Rp 29.000.000
19	Juli 2022	-
20	Agustus 2022	Rp 5.000.000



Gambar I. 1 Grafik Pendapatan UMKM K4BIZA Wood Art Periode Tahun 2021 s/d 2022

Berdasarkan pada tabel dan gambar diatas menampilkan data penjualan pada UMKM K4BIZA *Wood Art* pada periode tahun 2021 s/d 2022 dimana pada setiap bulannya mengalami pendapatan yang fluktuatif atau cenderung menurun dimana terdapat masa yang mendapatkan penjualan yang sangat besar pada bulan Agustus 2021 sebesar RP. 53.200.000, dan penjualan paling rendah yaitu dimana umkm tidak memiliki pemasukan pendapatan sama sekali selama sebulan Oktober 2021 dimana pada saat itu penjualan di e – commerce sudah mulai menurun begitupula pendapatan di bulan – bulan selanjutnya hanya mengandalkan penjualan melalui pelanggan tetap bahkan sampai saat ini juga pelanggan yang datang pada K4BIZA *Wood Art* ini masih hanya berdasarkan promosi melalui mulut ke mulut (*word of mouth*).

Jika keadaan tersebut terus dibiarkan dan jika tidak diikuti pula dengan kemampuan pemasaran yang baik, maka sudah pasti usaha yang dijalankan akan mengalami kebangkrutan, sebaliknya jika usaha mampu meningkatkan pemasukan pendapatan penjualan, maka mempunyai kemungkinan untuk melanjutkan kelangsungan hidup usahanya.

Maka dari itu perlu dilakukannya penelitian untuk memilih bagaimana strategi yang tepat yang dapat diterapkan pada UMKM K4BIZA *Wood Art* dalam menghadapi persaingan pasar dan meningkatkan penjualan dengan menggunakan analisis SWOT dan metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Diharapkan dengan diadakannya penelitian ini bisnis dapat berjalan dengan lancar dan mampu bertahan dalam persaingan pasar, sehingga dapat menjadi pesaing yang kuat dalam industri *furniture*.

## **I.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah yang terdapat pada penelitian Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana faktor internal dan faktor eksternal pada UMKM K4BIZA *Wood Art* menggunakan analisis SWOT?
2. Bagaimana menentukan strategi alternatif yang paling tepat dengan menggunakan *Quantitative Strategic Planning Matriks* (QSPM)?

3. Bagaimana cara meningkatkan penjualan dengan melakukan promosi melalui sosial media sebagai bagian dari salah satu *plan action* untuk UMKM K4BIZA *Wood Art*?

### **I.3 Tujuan Pemecahan Masalah**

Berdasarkan perumusan masalah diatas dapat disimpulkan tujuan dari penelitian Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui faktor internal dan eksternal pada UMKM K4BIZA *Wood Art* dengan menggunakan analisis SWOT.
2. Untuk mengetahui strategi yang paling tepat dengan menggunakan *Quantitative Strategic Planning Matrixs* (QSPM) pada UMKM K4BIZA *Wood Art*.
3. Untuk mengetahui cara meningkatkan penjualan dengan melakukan promosi melalui sosial media sebagai bagian dari salah satu *plan action* untuk UMKM K4BIZA *Wood Art*.

### **I.4 Manfaat Penelitian**

Dalam penelitian Tugas Akhir ini terdapat beberapa manfaat yang dapat diperoleh sebagai berikut :

1. Menambah wawasan pengetahuan bagi penulis dan dapat mengaplikasikan pembelajaran yang telah dipelajari selama kuliah di Teknik Industri Universitas Pasundan.
2. Sebagai masukan kepada pelaku bisnis UMKM K4BIZA *Wood Art* mengenai strategi pengembangan usahanya untuk melakukan perbaikan di masa yang akan datang.
3. Diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dan bisa bermanfaat.

### **I.5 Pembatasan Masalah**

Untuk menghindari adanya penyimpangan dan pembahasan yang meluas diluar dari pokok masalah dan membuat penelitian menjadi lebih terarah, maka penelitian Tugas Akhir ini dibatasi oleh beberapa Batasan masalah diantaranya sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada UMKM K4BIZA *Wood Art* yang bertempat di Jalan Ciloa Gg. Aseon RT03/RW02 Desa Panyocokan Kecamatan Pasir Jambu Kabupaten Bandung Barat.
2. Waktu Pelaksanaan penelitian dilakukan dalam kurun waktu 4 bulan mulai dari 8 April 2022.
3. Hasil data didapatkan hanya berdasarkan dari hasil analisis wawancara dengan pihak UMKM dan observasi lapangan K4BIZA *Wood Art*.
4. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT dan metode *Quantitative Strategic Planning Matriks (QSPM)*

## **I.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan yang terdapat dalam laporan Tugas Akhir ini sebagai berikut :

### **Bab I Pendahuluan**

Bab I ini berisikan tentang latar belakang penelitian yang memaparkan masalah yang hendak diselesaikan, perumusan masalah, tujuan serta manfaat dari hasil penelitian, pembatasan masalah yang digunakan agar menghindari adanya penyimpangan dan memfokuskan pokok masalah dari penelitian, dan sistematika penulisan laporan Tugas Akhir.

### **Bab II Landasan Teori**

Bab II ini berisikan tentang pemaparan mengenai teori berisikan referensi yang relevan sebagai dasar pendukung yang menunjang dalam pembahasan permasalahan pada penelitian Tugas Akhir ini. Beberapa teori tersebut diantaranya adalah UMKM, Manajemen Strategi, Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) dan *Quantitative Strategic Planning Matriks (QSPM)*

### **Bab III Metodologi Penelitian**

Bab III ini memaparkan mengenai kerangka pemecahan masalah yang berupa langkah – langkah dalam melakukan penyelesaian masalah dari awal sampai akhir dalam bentuk diagram alir (*flowchart*) agar penelitian dilakukan bisa lebih terarah sesuai dengan yang diharapkan.

#### **Bab IV Pengumpulan dan Pengolahan Data**

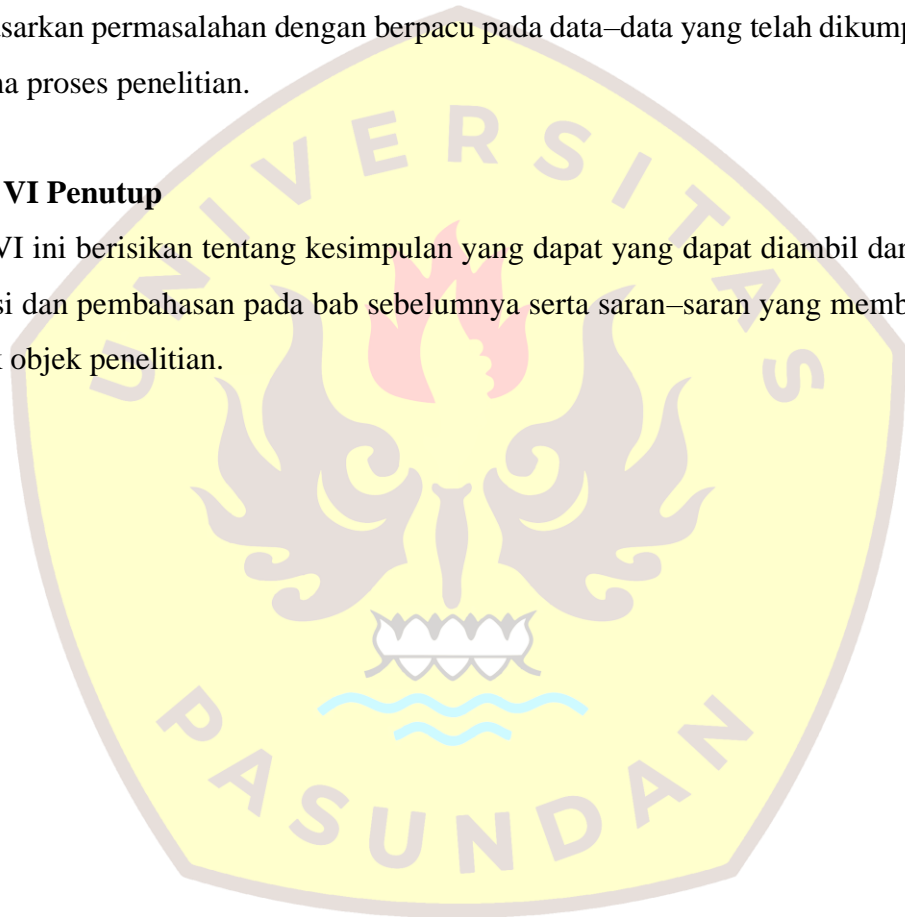
Bab IV ini berisikan pengumpulan data dan informasi lapangan yang menunjang dalam penelitian Tugas Akhir yang kemudian akan dilakukan pengolahan data dan dilakukan analisis agar tercapainya tujuan dari penelitian ini.

#### **Bab V Analisis dan Pembahasan**

Bab V ini berisikan tentang hasil analisis dari pembahasan yang dilakukan berdasarkan permasalahan dengan berpacu pada data–data yang telah dikumpulkan selama proses penelitian.

#### **BAB VI Penutup**

Bab VI ini berisikan tentang kesimpulan yang dapat yang dapat diambil dari hasil analisi dan pembahasan pada bab sebelumnya serta saran–saran yang membangun untuk objek penelitian.



## DAFTAR PUSTAKA

- 2021, P. P. (t.thn.). *Kemudahan, Perlindungan, dan pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Berutu, T. (2008). *Analisis Manajemen Strategi Giant Dalam Menghadapi Persaingan Ritel di Kota Bogor*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- David, F. R. (2005). *Manajemen Strategi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Galavan. (2014). *Doing Business Strategy*.
- Hadi, S. (2000). *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi.
- Harahap, S. S. (2011). *Analisa Kritis Atas SWOT*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Hasan, I. (2006). *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Menengah, K. K. (t.thn.).
- Muhammad, S. (2013). *Manajemen Strategi Konsep dan Alat Analisis*. Yogyakarta: BPFE.
- Nazir. (1998). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Prasetyo, P. (2008). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Kebijakan Penanggulangan Kemiskinan dan Pengangguran. *Akmenika UPY*, 2, 1-13.
- Rangkuti. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis : Reorientasi Konsep Perencanaan Startegi untuk Menghadapi Abad 21*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sangadji, E. M. (2010). *Metodologi Penelitian Pendekatan*. Yogyakarta: Andi.
- Simanjuntak, R. (2006). *Formulasi Strategi Pemasaran Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) "Prim-A" di Kantor Penjualan PT. Sinar Sosro*. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Sudjana. (2001). *Metode & Teknik Pembelajaran Partisipatif*. Bandung: Falah.
- Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV.Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV. Alfabeta.

Sukmadinata, N. S. (2005). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosda Karya.

Suyonto, M. (2006). *Analisa Penerapan Strategi Bersaing Restoran Moi Garden dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Restoran di Surabaya Timur*. Surabaya: Universitas Kristen Petra.

Umar, D. H. (2010). *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Umar, H. (2003). *Strategic Management in Action*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

*Undang - Undang Nomor 20 Tahun 2008. (t.thn.).*

