Lampiran 1

Lampiran Pertanyaan Aspek

1. Bagaimana potensi pasar bawang merah saat ini?

   Kebutuhan bawang merah semakin banyak, permintaan cukup banyak, banyak juga yang belum tertangani sekarang, tapi pesaing juga banyak. Karena bawang merah adalah kebutuhan utama untuk memasak. Jadi harga mepet dengan pesaing, margin profitnya juga tambah sedikit. Untung kita ada pelanggan tetap, tapi ya harga bawang merah di pasaran naik turun, membuat susah untuk stabil.

2. Bagaimana kualitas bawang merah yang Anda jual?

   Saya hanya menjual bawang merah dengan kualitas terbaik, menurut saya lebih baik dari pesaing

3. Bagaimana harga bawang merah yang Anda jual?

   Harga kami bersaing dengan pesaing lain, bisa kompetitif, tapi kualitas kami unggul

4. Adakah upaya promosi yang Anda lakukan untuk menjual produk Anda?

   Tidak ada, karena kami sudah pemain lama

5. Bagaimana cara Anda mensortir produk bawang Anda?

   Karyawan kami mensortir bawang yang kita dapat dari petani, kalau ada produk yang kurang baik, misal siungnya jelek, tidak akan kita jual. Supplier sering tidak jujur, karena mencampur bawah merah antara yang

baik dan buruk, terkadang yang buruk ditaruh di bawah, dan yang baik ditaruh di atasnya.

6. Bagaimana distribusi yang dilakukan oleh Bapak?

   Distribusi kami tidak ada masalah karena kami ada armada sendiri, kita ada truk sendiri jadi bisa mengirim tepat waktu kepada pelanggan, jadi pelanggan lebih puas karena kita bisa lebih cepat.

7. Bagaimana karyawan yang Anda miliki?

   Karyawan kita sudah pengalaman karena sudah ikut cukup lama dengan saya.

8. Apakah ada kendala dengan karyawan?

   Karyawan seringnya tidak disiplin, biasanya mereka sering bolos tanpa alasan jelas, istirahat sewaktu-waktu di luar waktu istirahat, selain itu juga karyawan kami pendidikannya kurang tinggi, paling tinggi SMA saja

9. Bagaimana kondisi keuangan dari bisnis bapak?Bagaimana permodalan dari bisnis ini?

   Belum ada masalah berarti, permodalan kami saat ini cukup, tapi kalau untuk memperbesar bisnis, masih sangat kurang. Kita butuh suntikan dana lagi, karena banyak pasar yang belum tertangani.

Lampiran 2

Aspek dan SWOT

Keterangan	Aspek	SWOT
Produk bawang merah berkualitas	Pasar dan pemasaran	Kekuatan
Pelayanan cepat dan tepat waktu karena memiliki truk sendiri	Operasi	Kekuatan
Harga kompetitif	Pasar dan pemasaran	Kekuatan
Modal terbatas	Keuangan	Kelemahan
Karyawan tidak profesional dalam bekerja	SDM	Kelemahan
Pendidikan karyawan yang rendah	SDM	Kelemahan
Bawang merah bahan baku utama memasak	Pasar dan pemasaran	Peluang
Belum ada promosi yang dilakukan	Pasar dan pemasaran	Kelemahan
Permintaan pasar bawang merah tinggi	Pasar dan pemasaran	Peluang
Supplier tengkulak tidak jujur	Ancaman	Ancaman
Memiliki pelanggan tetap (kontrak)	Pasar dan pemasaran	Peluang
Karyawan memiliki pengalaman dalam mensortir bawang merah	SDM	Kekuatan
Harga bawang merah yang tidak stabil di pasaran	Pasar dan pemasaran	Ancaman
Banyak pesaing dalam bidang yang sama	Pasar dan pemasaran	Ancaman

Lampiran 3

DAFTAR PERTANYAAN

UNTUK PEMILIK DAN KARYAWAN

Responden Yth,

Saya Magdalena Endy selaku mahasiswa dari Universitas Katolik Soegijapranata Semarang dengan nomor NIM 15.D1.0212, akan mengadakan penelitian mengenai pengembangan strategi alternatif usaha distributor bawang merah Bapak Simon Djoko dengan menggunakan analisis SWOT. Untuk itu kami mohon kesediaan Saudara/Saudari untuk mengisi kuesioner ini. Segala informasi Saudara/Saudari berikan, akan kami jaga kerahasiaannya dan hanya dipakai untuk kepentingan akademis. Atas kesediaannya meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner kami mengucapkan terimakasih.

IDENTITAS RESPONDEN

Nama Responden :

Jabatan :

Lama Usaha/Kerja :

Pendidikan Terakhir :

PETUNJUK PENGISIAN

BOBOT adalah tingkat kepentingan dari faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

Masing-masing factor diberi bobot dengan skala :

Mulai dari 1 (Tidak penting)

Sampai dengan 10 (sangat penting)

RATING adalah pengaruh faktor terhadap kondisi perusahaan

Masing-masing factor diberi rating dengan skala :

	Mulai dari	Sampai dengan
Strength	+1 (Poor)	+4 (Outstanding)
Weakness	+4 (Outstanding)	+1 (Poor)
Opportunity	+1 (Poor)	+4 (Outstanding)
Threat	+4 (Outstanding)	+1 (Poor)

IFAS			
KEKUATAN		BOBOT	RATING
1	Produk bawang merah yang dijual berkualitas		
2	Pelayanan cepat dan tepat waktu karena memiliki truk sendiri		
3	Harga bawang merah kompetitif		
4	Karyawan memiliki pengalaman dalam mensortir bawang merah		
KELEMAHAN			
1	Modal untuk pengembangan usaha terbatas		
2	Karyawan tidak profesional dalam bekerja		
3	Pendidikan karyawan yang rendah		
4	Belum ada promosi yang dilakukan Bapak Simon Djoko		
PELUANG		BOBOT	RATING
1	Bawang merah bahan baku utama memasak		
2	Permintaan pasar bawang merah tinggi		
3	Bapak Simon Djoko memiliki pelanggan tetap yang sudah membuat kontrak untuk disupply bawang		

	merah		
ANCAMAN			
1	Banyak pesaing dalam bidang yang sama		
2	Harga bawang merah yang tidak stabil di pasaran		
3	Supplier tengkulak sering tidak jujur		

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

DAFTAR PERTANYAAN
UNTUK PELANGGAN

Responden Yth,

Saya Magdalena Endy selaku mahasiswa dari Universitas Katolik Soegijapranata Semarang dengan nomor NIM 15.D1.0212, akan mengadakan penelitian mengenai pengembangan strategi alternatif usaha distributor bawang merah Bapak Simon Djoko dengan menggunakan analisis SWOT. Untuk itu kami mohon kesediaan Saudara/Saudari untuk mengisi kuesioner ini. Segala informasi Saudara/Saudari berikan, akan kami jaga kerahasiaannya dan hanya dipakai untuk kepentingan akademis. Atas kesediaannya meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner kami mengucapkan terimakasih.

IDENTITAS RESPONDEN

Nama Responden :

Lama Kerja Sama :

Pendidikan Terakhir :

PETUNJUK PENGISIAN

Isilah sesuai dengan pendapat Anda mengenai kondisi perusahaan dengan pilihan sebagai beriku:

1. STS : Sangat tidak setuju
2. TS : Tidak setuju
3. S : Setuju
4. SS : Sangat setuju

KEKUATAN		STS	TS	S	SS
1	Produk bawang merah yang dijual berkualitas				
2	Pelayanan cepat dan tepat waktu karena memiliki truk sendiri				
3	Harga bawang merah kompetitif				
4	Karyawan memiliki pengalaman dalam mensortir bawang merah				
KELEMAHAN					
1	Modal untuk pengembangan usaha terbatas				
2	Karyawan tidak profesional dalam bekerja				
3	Pendidikan karyawan yang rendah				
4	Belum ada promosi yang dilakukan Bapak Simon Djoko				

JAWABAN RESPONDEN PELANGGAN

No	Nama	Usia	Jenis	Lama	Pendidikan	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8
1	Mbak Erni Ambarawa	53	Perempuan	9	SMA	3	3	4	4	1	3	2	3
2	Soto Sedep Ambarawa	42	Perempuan	7	SMA	3	3	3	4	4	4	3	4
3	Aji Secang	51	Laki-laki	10	SMA	3	4	4	4	2	1	1	2
4	Mbak Mun Temanggung	26	Perempuan	8	SMA	3	3	4	4	1	2	3	3
5	Koh Ming Magelang	57	Laki-laki	11	SMA	3	3	4	3	3	3	1	4

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

JAWABAN RESPONDEN PEMILIK DAN KARYAWAN
Rekapitulasi Pengisian Rating Matriks Evaluasi Faktor Internal Perusahaan (IFAS)

No	Faktor Internal	Rating Pemilik	Bobot Pensortir bawang merah	Bobot Karyawan gudang	Bobot Karyawan transportasi	Modus
Kekuatan						
1	Produk bawang merah berkualitas	3	3	3	3	3,00
2	Pelayanan cepat dan tepat waktu karena memiliki truk sendiri	4	3	3	3	3,00
3	Harga kompetitif	3	4	4	4	4,00
4	Karyawan memiliki pengalaman dalam mensortir bawang merah	4	4	3	4	4,00
Kelemahan						
1	Keterbatasan modal	4	3	3	3	3,00
2	Karyawan tidak profesional dalam bekerja	3	4	4	4	4,00
3	Pendidikan karyawan yang rendah	4	3	4	4	4,00
4	Belum ada promosi yang dilakukan	4	3	4	4	4,00

Rekapitulasi Pengisian Rating Matriks Evaluasi Faktor Eksternal Perusahaan (EFAS)

No	Faktor Eksternal	Rating Pemilik	Bobot Pensortir bawang merah	Bobot Karyawan gudang	Bobot Karyawan transportasi	Modus
Peluang						
1	Bawang merah bahan baku utama memasak	2	2	4	3	2,00
2	Permintaan pasar bawang merah tinggi	4	3	3	3	3,00
3	Bapak Simon Djoko memiliki pelanggan tetap (kontrak)	3	3	2	4	3,00
Ancaman						
1	Banyak pesaing dalam bidang yang sama	3	4	3	2	3,00
2	Harga bawang merah yang tidak stabil di pasaran	1	3	1	2	1,00
3	Supplier tengkulak tidak jujur	2	2	2	3	2,00

Rekapitulasi Pengisian Bobot Matriks Evaluasi Faktor Internal Perusahaan (IFAS)

No	Faktor Internal	Bobot Pemilik	Bobot Pensortir bawang merah	Bobot Karyawan gudang	Bobot Karyawan transportasi
Kekuatan					
1	Produk bawang merah berkualitas	9,00	9,00	10,00	9,00
2	Pelayanan cepat dan tepat waktu karena memiliki truk sendiri	6,00	9,00	10,00	8,00
3	Harga kompetitif	9,00	7,00	7,00	8,00
4	Karyawan memiliki pengalaman dalam mensortir bawang merah	10,00	7,00	9,00	7,00
Kelemahan					
1	Keterbatasan modal	6,00	8,00	9,00	7,00
2	Karyawan tidak profesional dalam bekerja	7,00	8,00	9,00	7,00
3	Pendidikan karyawan yang rendah	6,00	7,00	9,00	6,00
4	Belum ada promosi yang dilakukan	8,00	7,00	6,00	8,00

Rekapitulasi Pengisian Bobot Matriks Evaluasi Faktor Eksternal Perusahaan (EFAS)

No	Faktor Eksternal	Bobot Pemilik	Bobot Pensortir bawang merah	Bobot Karyawan gudang	Bobot Karyawan transportasi
Peluang					
1	Bawang merah bahan baku utama memasak	6,00	5,00	6,00	7,00
2	Permintaan pasar bawang merah tinggi	8,00	8,00	8,00	8,00
3	Bapak Simon Djoko memiliki pelanggan tetap (kontrak)	8,00	7,00	8,00	8,00
Ancaman					
1	Banyak pesaing dalam bidang yang sama	7,00	6,00	9,00	7,00
2	Harga bawang merah yang tidak stabil di pasaran	5,00	6,00	5,00	5,00
3	Supplier tengkulak tidak jujur	8,00	9,00	7,00	8,00

Rekapitulasi Bobot Matriks Evaluasi Faktor Internal Perusahaan (IFAS)

No	Faktor Internal	Bobot Pemilik	Bobot Pensortir bawang merah	Bobot Karyawan gudang	Bobot Karyawan transportasi	Rata-Rata
Kekuatan						
1	Produk bawang merah berkualitas	0,15	0,15	0,14	0,15	0,15
2	Pelayanan cepat dan tepat waktu karena memiliki truk sendiri	0,10	0,15	0,14	0,13	0,13
3	Harga kompetitif	0,15	0,11	0,10	0,13	0,12
4	Karyawan memiliki pengalaman dalam mensortir bawang merah	0,16	0,11	0,13	0,12	0,14
Kelemahan						
1	Keterbatasan modal	0,10	0,13	0,13	0,12	0,12
2	Karyawan tidak profesional dalam bekerja	0,11	0,13	0,13	0,12	0,12
3	Pendidikan karyawan yang rendah	0,10	0,11	0,13	0,10	0,11
4	Belum ada promosi yang dilakukan	0,13	0,11	0,09	0,13	0,11
Total		1,00	1,00	1,00	1,00	1,00

Rekapitulasi Matriks Evaluasi Faktor Eksternal Perusahaan (EFAS)

No	Faktor Eksternal	Bobot Pemilik	Bobot Pensortir bawang merah	Bobot Karyawan gudang	Bobot Karyawan transportasi	Rata-Rata
Peluang						
1	Bawang merah bahan baku utama memasak	0,14	0,12	0,14	0,16	0,13
2	Permintaan pasar bawang merah tinggi	0,19	0,20	0,19	0,19	0,19
3	Bapak Simon Djoko memiliki pelanggan tetap (kontrak)	0,19	0,17	0,19	0,19	0,18
Ancaman						
1	Banyak pesaing dalam bidang yang sama	0,17	0,15	0,21	0,16	0,17
2	Harga bawang merah yang tidak stabil di pasaran	0,12	0,15	0,12	0,12	0,13
3	Supplier tengkulak tidak jujur	0,19	0,22	0,16	0,19	0,19
Total		1,00	1,00	1,00	1,00	1,00

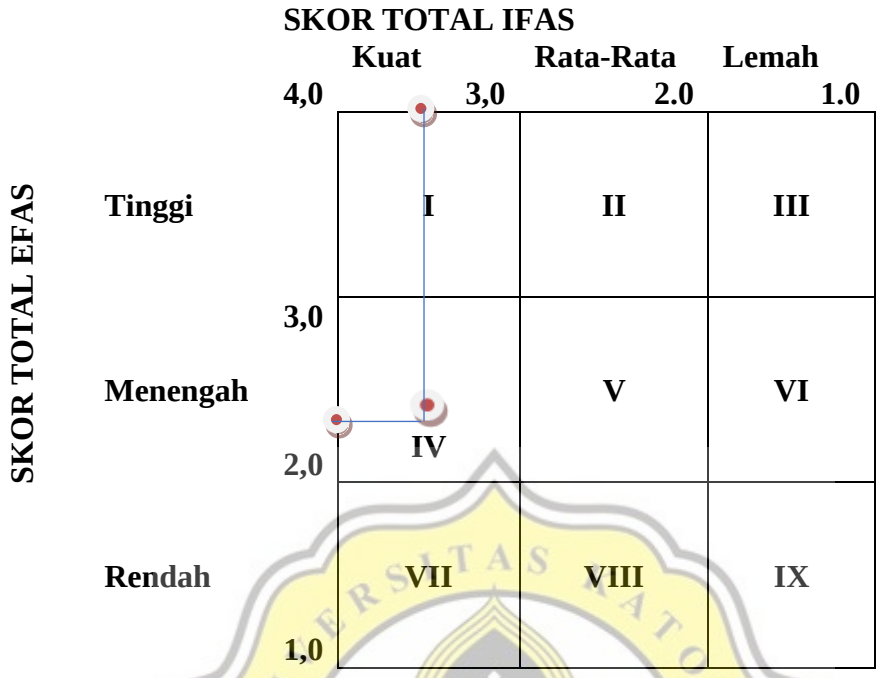
Matriks Evaluasi Faktor Internal Perusahaan (IFAS)

No	Faktor Insternal	Rata-Rata Bobot	Modus Rating	Bobot x Rating
Kekuatan				
1	Produk bawang merah berkualitas	0,15	3,00	0,44
2	Pelayanan cepat dan tepat waktu karena memiliki truk sendiri	0,13	3,00	0,39
3	Harga kompetitif	0,12	4,00	0,48
4	Karyawan memiliki pengalaman dalam mensortir bawang merah	0,14	4,00	0,54
Kelemahan				
1	Keterbatasan modal	0,12	3,00	0,36
2	Karyawan tidak profesional dalam bekerja	0,12	4,00	0,50
3	Pendidikan karyawan yang rendah	0,11	4,00	0,46
4	Belum ada promosi yang dilakukan	0,11	4,00	0,44
Total IFAS				3,61

Matriks Evaluasi Faktor Eksternal Perusahaan (EFAS)

No	Faktor Eksternal	Rata-Rata Bobot	Modus Rating	Bobot x Rating
Peluang				
1	Bawang merah bahan baku utama memasak	0,13	2,00	0,27
2	Permintaan pasar bawang merah tinggi	0,19	3,00	0,57
3	Bapak Simon Djoko memiliki pelanggan tetap (kontrak)	0,18	3,00	0,55
Ancaman				
1	Banyak pesaing dalam bidang yang sama	0,17	3,00	0,52
2	Harga bawang merah yang tidak stabil di pasaran	0,13	1,00	0,13
3	Supplier tengkulak tidak jujur	0,19	2,00	0,38
Total EFAS				2,42

Matriks Internal-Eksternal (IE Matrix)



Matriks SWOT

ANALISIS SWOT	**Kekuatan (S)** S1: Produk bawang merah berkualitas S2: Pelayanan cepat dan tepat waktu karena memiliki truk sendiri S3: Harga kompetitif S4: Karyawan memiliki pengalaman dalam mensortir bawang merah	**Kelemahan (W)** W1: Keterbatasan modal W2: Karyawan tidak profesional dalam bekerja W3: Pendidikan karyawan yang rendah W4: Belum ada promosi yang dilakukan
Peluang (O) O1: Bawang merah bahan baku utama memasak O2: Permintaan pasar bawang merah tinggi O3: Bapak Simon Djoko memiliki pelanggan tetap (kontrak)	**Strategi S-O** **Strategi :** Kontrak jangka panjang langsung dengan pabrik yang membutuhkan bahan baku bawang merah (**S1, S2, S3, O1, O3**) **Strategi** : Penjualan bawang merah premium dengan grade A **(S1, S3, S4, O2)** **Strategi :** Penjualan bawang merah dalam bentuk retail packaging **(S1, S2, S3, S4, O1, O2)**	**Strategi W-O** **Strategi :** Melakukan promosi door to door pada distributor di pasar (W1, W4, O1, O2) **Strategi :** Penambahan modal usaha melalui kredit modal kerja (**W1, O1, O2**)
Ancaman (T) T1: Banyak pesaing dalam bidang yang sama T2: Harga bawang merah yang tidak stabil di pasaran T3: Supplier tengkulak tidak jujur	**Strategi S-T** **Strategi :** Pemilihan supplier tengkulak yang dapat memberikan supply secara konsisten (**S2, S4, T2, T3**) **Strategi :** Kerja sama langsung dengan petani (**S4, T1, T3**)	**Strategi W-T** **Strategi :** Kerja sama dengan Dinas Pertanian untuk pelatihan bagi karyawan dan distribusi bawang merah (**W2, W3, W4, T2**)

DAFTAR PUSTAKA

Alma, B. (2008). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta

Amirullah, dan Budiyono, Haris. (2013). *Pengantar Manajemen.* Edisi ketiga. Penerbit Graha Ilmu.

Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan dan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta

Arikunto, S. (2007). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta

David,Fred R. &David, ForestR.(2016). Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing-Konsep Edisi 15.Salemba Empat, Jakarta

Esterberg. (2002). *Qualitative Method in Social Research.* New York: Mc Graw Hill

Hamidi. (2004). *Metode Penelitian Kualitatif: Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal dan Laporan Penelitian.* Malang: UMM

Johnson, Gerry and Kevan Scholes. 1997. Exploring Corporate Strategic. Jakarta : PT rineka cipta

Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran terjemahan, Edisi 13*. Jakarta: Erlangga

Lubis,AY.Pengembangan Usaha, repository.usu.ac.id>bitstream, pdf.

Margono. (2004). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta

Milles, B dan Huberman. (2007). *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru.* Jakarta: UIP.

Moleong, L. J. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Penerbit PT Remaja Rosdakarya Offset

Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Penerbit PT Remaja Rosdakarya Offset

Pearcce, J dan Robinson. (2008). *Manajemen Strategis Edisi 10.* Jakarta: Salemba Empat

Rangkuti, F. (2004). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia

Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia

Sugiyono. (2007). *Metodologi Penelitian Bisnis.* Bandung: Alphabeta

Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Rendy Yan Ferdinand. 2016. Analisis strategi alternatif pengembangan usaha bengkel 'Budi Motor" berdasarkan Swot. Universitas katolik soegijapranta semarang. Skripsi

Wahyu tri septianto. 2013. Analisis strategi pengembangan usaha "lapis bogor sangkuriang" kota bogor jawa barat. Fakultas ekonomi dan manajemen insitusi pertanian bogor. Skripsi

PLAGIARISM CHECK.ORG

9.65% PLAGIARISM APPROXIMATELY

Report #13228811

34 BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Penelitian Perkembangan usaha di Indonesia kini mengalami kemajuan yang semakin signifikan dan persaingan yang ketat. Perusahaan harus memperhatikan lingkungan yang dapat mempengaruhi usahanya, agar perusahaan siap menghadapi persaingan dan dapat menerapkan strategi yang tepat demi tercapainya tujuan. Perusahaan juga harus lebih cermat dalam mengantisipasi pasar agar dapat menciptakan produk dan pelayanan yang berkualitas sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Dengan terpenuhinya kebutuhan masyarakat, maka perusahaan dapat memenangkan persaingan. Salah satu strategi yang sangat diperlukan perusahaan yaitu strategi mempertahankan pelanggan untuk menjalin kemitraan jangka panjang dengan perusahaan. Dalam setiap hal yang kita lakukan pasti membutuhkan perencanaan. Apalagi yang berkaitan bisnis dan organisasi.

37 Perencanaan strategis adalah sebuah proses perencanaan jangka panjang yang formal untuk mencapai tujuan perusahaan. Mengembangkan visi dan misi, melakukan analisis SWOT,

REPORT	CHECKED	AUTHOR	PAGE
#132288	19 JUN 2021, 11:09 AM	ANDRE KURNIAWAN	1 OF 44