

Lampiran 1 HASIL PRA SURVEY PADA TOKO SRI REJEKI

1. Sejarah asal mula toko Sri Rejeki hingga sampai sekarang dapat dikenal banyak orang dan bertambah berkembang?
 - Asal mula toko ini pertama buka pada tahun 1989 setelah pernikahan. Pada awalnya toko ini membuka toko alat tulis dengan semua barang yang sangat terbatas, karena tidak punya modal. Waktu pertama kali buka sangat sepi, karena banyak orang pada tidak tau sebenarnya kita jual apa, karena tidak di tulisi di depan, hanya saya kita menaruh barang alat tulis di depan etalase saja. Lambat laun dengan berjalannya waktu kita sudah dapat modal yang tidak begitu besar, akhirnya kita mulai menambah barang yaitu rokok, gula, trigu, telur, sabun, pewangi, dll. Kita hanya menjual untuk orang yang beli eceran karena kita hanya punya barang sedikit. Hingga ahirnya lambat laun kita sudah memiliki modal dan sudah di percaya oleh perusahaan jarum ununtuk memulai grosir rokok jarum dengan system tempo. Disitulah saya mulai berkembang dan bias bertambah besar usaha saya, sehingga saya jadi grosir rokok di daerah saya. Setelah itu saya mulai terus mengembangkan usaha saya dengan mena,bah stok barang yang banyak dan mulai menggrosirkan barang barang yang ada ditoko kami seperti sabun shampoo gula. Hingga saat ini toko kami dapat bertahan dan sudah dipercaya banyak orang, sehingga kami dapat menyekolahkan kedua anak saya hingga kuliah ini semua karena berkat pelanggan yang setia dan loyal terhadap toko kami.
2. Apa yang menjadi keunggulan toko toko sri rejeki dibandingkan toko yang lain?
 - Kelebihan yang mungkin ada ditoko kami semisal pelayanan yang cepat dan ramah disbanding yang laen, kita memiliki 5 pegawai, sehingga kami dapat melayani penjual dengan cepat. Selain itu kita juga menerima order leawat WA maupn SMS, sehingga orang dating tinggal ambil. Karena pada saat ini banyak orang yang maunya serba cepat. Missal kita tidak mengikuti kemuan orang tersebut kita akan sulit

berkembang. Kita juga menggrosirkan sebagian alat make up, sabun dan shampoo, yang ditoko pesaing tidak menjualnya. Selain itu kita sering memberi bingkisan kepada pelanggan yang loyal terhadap kita pada saat tahun baru dan natal. Sehingga orang lebih loyal belanja ditoko kita. Karena ditoko pesaing hanya memberi bingkisan pada saat lebaran saja. Ini semua saya dapat malah dari cerita konsumen yang belanja dikami. Itu yang mungkin menjadi keunggulan yang ada ditokokami. Dibalik semua keunggulan yang ada kita juga punya kelemahan ditoko kami. Kami saat ini yang dapat diandalkan bahwa kami menjual produk yang berkualitas sangat baik.

3. Kelemahan atau kekurangan apa yang menjadi masalah pada toko Sri Rejeki?

- Kelemahan yang sangat saat ini terjadi di toko kami adalah tidak adanya tempat tempat barang yang luas. Sehingga kita dapat menambah stok barang yang banyak untuk mengahapi misal kayak lebaran kita tidak dapat menyetok minuman yang berpuluh” ribu dibandingkan tokopesaing yang memiliki lahan yang besar, sehingga dia lebih dapat menyetok barang lebih banyak dari pada kita. Karena pada saat lebaran penjualan meningkat drastis. Karena kita melayani pembelian seperti air minum dan roti untuk bingkisan” yang akan dibagikan kepada orang” jadi kita hanya dapat menjual sebagian saja. Karena tempat kita terbatas dan itu semua sudah di penuh rokok dan sabun shampoo. Sehingga kita tidak dapat menambah stok yang berlebih seperti minuman yang banyak. Itu yang menjadi kelemahan dalam toko kami. Sehingga apabila ada orang atau pelanggan yang meminta barang seperti minuman atau apa yang di tempat kita abis, dia akan beralih membeli barang ditoko pesaing saya. Ini memang yang menjadi factor kelemahan dimiliki toko saya disbanding toko pesaing saya.

4. Peluang apa yang dapat dikembangkan sehingga sampai saat ini tetap semangat dalam menjalankan bisnis ini?

- Saya melihat ditoko pesaing yang tidak menjual dan tidak menggosirkan make up dan sabun shamppo ini adalah kesempatan saya yang harus saya tingkatkan dan saya kembangkan untuk toko kami makin berkembang di tiap taunnya. Banyak toko – toko kecil yang sudah tau bahwa ditempat kita menjual bararang make up yang murah. Karena minat banyak pelanggan dan toko kecil yang menanyakan make up dan sabun shampoo untuk dijual ditoko mereka. Dengan adanya minat dari konsumen kita memberikan beterdiaan barang tersebut dibandingkan dengan toko pesaing lainnya.

5. Ancaman yang ditakuti pada toko SRI Rejeki?

- Ancaman yang menjadi persoalan ditoko kami yaitu grosir yang pada sekarang ini memiliki sales untuk muter ditoko toko kecil dengan menjual barang yang sama sehingga orang lebih enak. Tinggal nunggu ditoko barang sudah ada yang ngirim tidak perlu dia keluar rumah. Banyak pesaing baru yang menerapkan system seperti ini.dengan berbagai macam cara dia memasarkan barangnya sehingga orang lebih meilih belanja di tempat dia.

Lampiran 2 KUESIONER

KUESIONER (Pelanggan)

Nama :

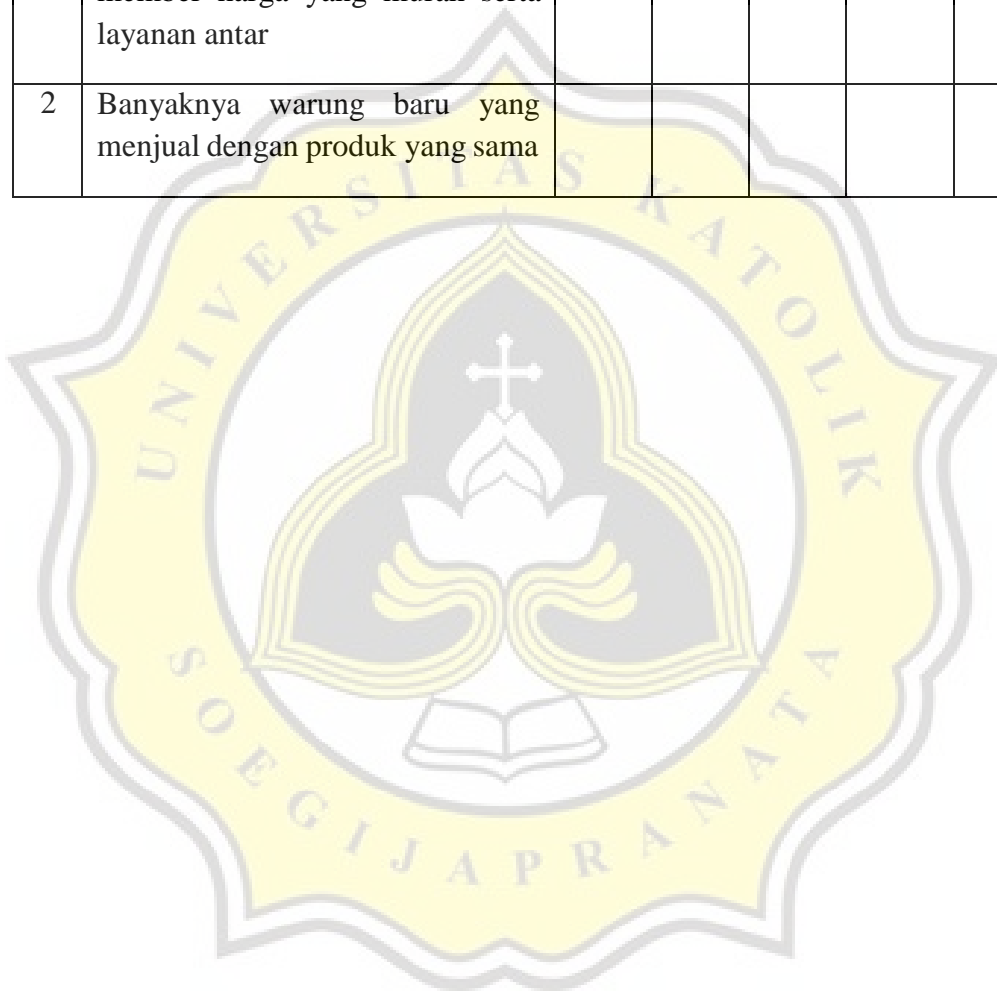
Jenis Kelamin : Laki – laki / Perempuan

Umur :

Pendidikan :

No	Pertanyaan	Bobot				
		STS	TS	N	S	SS
Faktor Internal <i>Strength</i> (kekuatan)						
1	Kualitas produk yang ditawarkan baik					
2	Harga produk yang ditetapkan terjangkau konsumen					
3	Lokasi yang dekat dengan perumahan dan perkantoran merupakan kekuatan yang dimiliki oleh Toko Sri Rejeki					
4	Pelayanan kepada konsumen yang maksimal					
5	Jaminan kualitas produk yang baik pada konsumen					
Faktor Internal <i>Weakness</i> (kelemahan)						
1	Tidak adanya sales marketing yang mempromosikan barang yang terdapat di Toko Sri Rejeki					
2	Keterbatasan jumlah barang					
3	Keterbatasan jumlah karyawan					
Faktor Eksternal <i>Opportunities</i> (peluang)						
1	Minat pedagang kecil membeli barang untuk dijual kembali					

2	Loyalitas pelanggan dan kebutuhan sehari-hari yang harus dipenuhi					
Faktor Eksternal <i>Threat</i> (ancaman)						
1	Adanya kompetitor dari luar kota yang terjun ke toko kecil dengan member harga yang murah serta layanan antar					
2	Banyaknya warung baru yang menjual dengan produk yang sama					



Lampiran 3 KUESIONER PEMILIK (BOBOT)

Nama :

Jenis Kelamin : Laki – laki / Perempuan

Umur :

Pendidikan :

Berikan bobot pada masing-masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) hingga 0,0 (tidak penting). Semua bobot tidak boleh melebihi skor total 1,00.

No	Pertanyaan	Bobot
Faktor Internal <i>Strength</i> (kekuatan)		
1	Kualitas produk yang ditawarkan baik	
2	Harga produk yang ditetapkan terjangkau konsumen	
3	Lokasi yang dekat dengan perumahan dan perkantoran merupakan kekuatan yang dimiliki oleh Toko Sri Rejeki	
4	Pelayanan kepada konsumen yang maksimal	
5	Jaminan kualitas produk yang baik pada konsumen	
Faktor Internal <i>Weakness</i> (kelemahan)		
1	Tidak adanya sales marketing yang mempromosikan barang yang terdapat di Toko Sri Rejeki	
2	Keterbatasan jumlah barang	
3	Keterbatasan jumlah karyawan	
Faktor Eksternal <i>Opportunities</i> (peluang)		
1	Minat pedagang kecil membeli barang untuk dijual kembali	
2	Loyalitas pelanggan dan kebutuhan sehari-hari yang harus dipenuhi	
Faktor Eksternal <i>Threat</i> (ancaman)		
1	Adanya kompetitor dari luar kota yang terjun ke toko kecil dengan member harga yang murah serta layanan antar	
2	Banyaknya warung baru yang menjual dengan produk yang sama	

Lampiran 4 KUESIONER PEMILIK (RATING)

Nama :

Jenis Kelamin : Laki – laki / Perempuan

Umur :

Pendidikan :

Berikan peringkat 1 sampai 4 pada setiap critical success factor untuk menunjukkan seberapa efektif strategi perusahaan saat ini dengan memberikan catatan 4 = jawaban unggul, 3 = jawaban di atas rata-rata, 2 = jawaban rata-rata, 1 = jawaban buruk, penghargaan ini berdasarkan kondisi yang ada di perusahaan.

No	Pertanyaan	Rating			
		1	2	3	4
Faktor Internal <i>Strength</i> (kekuatan)					
1	Kualitas produk yang ditawarkan baik				
2	Harga produk yang ditetapkan terjangkau konsumen				
3	Lokasi yang dekat dengan perumahan dan perkantoran merupakan kekuatan yang dimiliki oleh Toko Sri Rejeki				
4	Pelayanan kepada konsumen yang maksimal				
5	Jaminan kualitas produk yang baik pada konsumen				
Faktor Internal <i>Weakness</i> (kelemahan)					
1	Tidak adanya sales marketing yang mempromosikan barang yang terdapat di Toko Sri Rejeki				
2	Keterbatasan jumlah barang				
3	Keterbatasan jumlah karyawan				
Faktor Eksternal <i>Opportunities</i> (peluang)					
1	Minat pedagang kecil membeli barang untuk dijual kembali				
2	Loyalitas pelanggan dan kebutuhan sehari-hari yang harus dipenuhi				
Faktor Eksternal <i>Threat</i> (ancaman)					
1	Adanya kompetitor dari luar kota yang terjun ke toko kecil dengan member harga yang murah serta layanan antar				
2	Banyaknya warung baru yang menjual dengan produk yang sama				

Sumber: Pemilik Toko Sri rejeki

Lampiran 5 TABEL QSPM

		Kelengkapan produk tetap di jaga		Mempertahankan hubungan yang lebih baik dengan konsumen		Meningkatkan loyalitas pelanggan		Memanfaatkan perkembangan teknologi seperti internet dan media sosial.		menambah jenis produk yang tidak dimiliki oleh pesaing		mengembangkan media promosi tidak hanya melalui WA	
Faktor Utama	Bobot	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
<u>STRENGTH</u>													
Kualitas produk yang ditawarkan baik	0,14	4	0,56	4	0,560	3	0,420	3	0,420	4	0,560	4	0,560
Harga produk yang ditetapkan terjangkau konsumen	0,16	4	0,64	4	0,640	3	0,480	3	0,480	4	0,640	4	0,640
Lokasi yang dekat dengan perumahan dan perkantoran merupakan kekuatan yang dimiliki oleh Toko Sri Rejeki	0,14	4	0,56	4	0,560	3	0,420	3	0,420	4	0,560	4	0,560
Pelayanan kepada konsumen yang maksimal	0,12	4	0,48	4	0,480	3	0,360	3	0,360	3	0,360	4	0,480
Jaminan kualitas produk yang baik pada konsumen	0,14	4	0,56	4	0,560	3	0,420	3	0,420	3	0,420	4	0,560
			0										
<u>WEAKNESS</u>			0										
Tidak adanya sales marketing yang mempromosikan barang yang terdapat di Toko Sri Rejeki	0,04	4	0,16	4	0,160	3	0,120	3	0,120	3	0,120	4	0,160
Keterbatasan jumlah barang	0,10	4	0,4	4	0,400	3	0,300	3	0,300	3	0,300	4	0,400

Keterbatasam jumlah karyawan	0,16	4	0,64	4	0,640	3	0,480	3	0,480	3	0,480	4	0,640
	1,0		0										
<u>OPPORTUNITY</u>			0										
Minat pedagang kecil membeli barang untuk dijual kembali	0,25	4	1	4	1,000	3	0,750	3	0,750	3	0,750	4	1,000
Loyalitas pelanggan dan kebutuhan sehari-hari yang harus dipenuhi	0,22	4	0,88	4	0,880	3	0,660	3	0,660	3	0,660	4	0,880
<u>TREATH</u>			0										
Adanya kompetitor dari luar kota yang terjun ke toko kecil dengan member harga yang murah serta layanan antar	0,25	4	1	4	1,000	3	0,750	3	0,750	3	0,750	4	1,000
Banyaknya warung baru yang menjual dengan produk yang sama	0,28	4	1,125	4	1,125	3	0,844	3	0,844	3	0,844	4	1,125
	1,0		8,005		8,005		6,003 75		6,004		6,444		8,005

Lampiran 6 DATA TABULASI (PEMILIK)

No	1	2	3	4	5	Kekuatan	1	2	3	kelelahan		1	2	Peluang	1	2	Ancaman	
Bobot	0.14	0.16	0.14	0.12	0.14		0.04	0.10	0.16		1.00	0.25	0.22		0.25	0.28		1.00
Rating Pemilik	4	4	4	3	3		2	2	2			4	4		4	3		
Rating Bobot	0.55	0.62	0.55	0.36	0.41		0.8	0.21	0.31		3.1	1.000	0.88		1.000	0.84		3.7
Total Rating IFS	3.1																	
Total Rating EFS	3.72																	

Lampiran 7 DATA TABULASI (PELANGGAN)

No	Nama	Jenis Kelamin	Umur	1	2	3	4	5	Kekuatan	1	2	3	kelemahan	1	2	Peluang	1	2	Ancaman
1	Andrian	Laki-laki	27	5	5	3	4	3		4	5	5		5	3		5	4	
2	Budi Santoso	Laki-laki	27	4	3	3	4	4		5	5	4		5	5		4	3	
3	Rahmat	Laki-laki	23	5	5	4	5	3		4	4	4		4	3		5	5	
4	Leni	Perempuan	25	5	5	5	4	5		4	5	5		5	5		5	5	
5	Sopiah	Perempuan	24	3	3	3	3	3		3	4	3		4	4		3	3	
6	Agus	Laki-laki	28	4	5	4	3	4		4	4	4		4	4		4	4	
7	Fredi	Laki-laki	30	3	3	3	3	3		4	3	3		3	3		3	3	
8	Yayuk	Perempuan	40	5	5	5	5	5		4	5	5		5	5		5	5	
9	Edi	Laki-laki	36	3	3	4	3	3		3	4	3		3	3		3	3	
10	Paimo	Laki-laki	32	4	4	4	3	4		4	4	4		4	4		4	4	
Jumlh				41	41	38	37	37		39	43	40		42	39		41	39	

Lampiran 8 TABEL IFE

Penghitungan terhadap Nilai Bobot dan Rating IFE

No	Pertanyaan	Bobot	Peringkat	Bobot * peringkat
Kekuatan				
1	Kualitas produk yang ditawarkan baik	0.14	4	0.55
2	Harga produk yang ditetapkan terjangkau konsumen	0.16	4	0.62
3	Lokasi yang dekat dengan perumahan dan perkantoran merupakan kekuatan yang dimiliki oleh Toko Sri Rejeki	0.14	4	0.55
4	Pelayanan kepada konsumen yang maksimal	0.12	3	0.36
5	Jaminan kualitas produk yang baik pada konsumen	0.14	3	0.41
Kelemahan				
1	Tidak adanya sales marketing yang mempromosikan barang yang terdapat di Toko Sri Rejeki	0.04	2	0.08
2	Keterbatasan jumlah barang	0.10	2	0.21
3	Keterbatasan jumlah karyawan	0.16	2	0.31
		1.0		3.140

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Lampiran 9 TABEL EFE

Penghitungan terhadap Nilai Bobot dan Rating EFE

No	Pertanyaan	Bobot	Peringkat	Bobot * peringkat
Peluang				
1	Minat pedagang kecil membeli barang untuk dijual kembali	0.25	4	1.00
2	Loyalitas pelanggan dan kebutuhan sehari-hari yang harus dipenuhi	0.22	4	0.88
Ancaman				-
1	Adanya kompetitor dari luar kota yang terjun ke toko kecil dengan member harga yang murah serta layanan antar	0.25	4	1.00
2	Banyaknya warung baru yang menjual dengan produk yang sama	0.28	3	0.84
		1.00		3.720

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Lampiran 10 Total Skor Faktor Strategi Internal-Eksternal

Total Skor Faktor Strategi Internal-Eksternal

		Tinggi	3	Sedang	2	Rendah	1
4							
	Tinggi	1. GROWTH POSISI PERUSAHAAN	2. GROWTH	3. RETRENSMENT			
3							
	Sedang	4. STABILITY	5. GROWTH	6. RETRENSMENT			
2							
	Rendah	7. GROWTH	8. GROWTH	9. RETRENSMENT			
1							

Sumber : Data primer yang diolah

Lampiran 11 Matrik SWOT

Matrik SWOT

<p style="text-align: center;">ANALISIS SWOT</p>	<p><u>STRENGTH</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas produk yang ditawarkan baik 2. Harga produk yang ditetapkan terjangkau konsumen 3. Lokasi yang dekat dengan perumahan dan perkantoran merupakan kekuatan yang dimiliki oleh Toko Sri Rejeki 4. Pelayanan kepada konsumen yang maksimal 5. Jaminan kualitas produk yang baik pada konsumen 	<p><u>WEAKNESS</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak adanya sales marketing yang mempromosikan barang yang terdapat di Toko Sri Rejeki 2. Keterbatasan jumlah barang 3. Keterbatasan jumlah karyawan 4.
<p><u>OPPORTUNITY</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Minat pedagang kecil membeli barang untuk dijual kembali 2. Loyalitas pelanggan dan kebutuhan sehari-hari yang harus dipenuhi 	<p><u>STRATEGI SO</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kelengkapan produk tetap di jaga 2. Mempertahankan hubungan yang lebih baik dengan konsumen 	<p><u>STRATEGI WO</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan loyalitas pelanggan
<p><u>TREATH</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya kompetitor dari luar kota yang terjun ke toko kecil dengan member harga yang murah serta layanan antar 2. Banyaknya warung baru yang menjual dengan produk yang sama 	<p><u>STRATEGI ST</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menambah jenis produk yang tidak dimiliki oleh pesaing 2. Mengembangkan media promosi tidak hanya melalui Whatsapp 	<p><u>STRATEGI WT</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memanfaatkan perkembangan teknologi seperti internet dan media sosial.

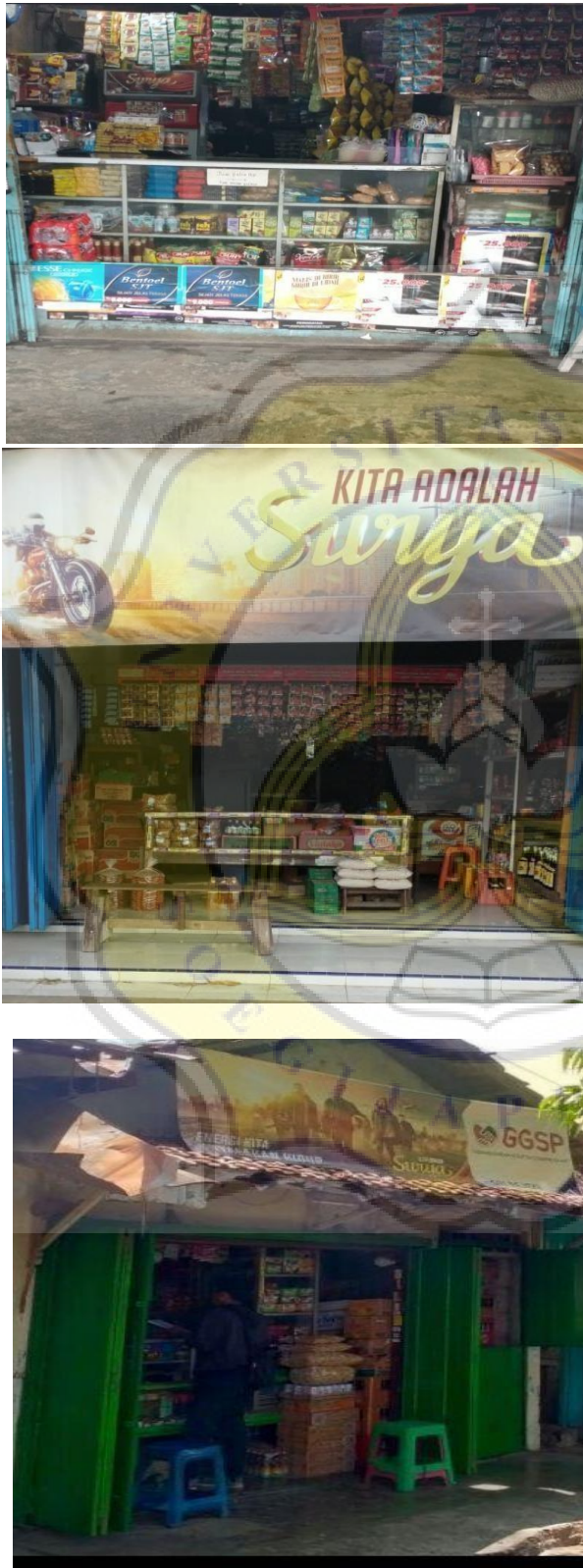
Lampiran 12 Hasil dari matriks QSPM

Hasil dari matriks QSPM

ALTERNATIF STRATEGI	TAS	PERINGKAT
Kelengkapan produk tetap di jaga	8.005	1
Mempertahankan hubungan yang lebih baik dengan konsumen	8.005	2
mengembangkan media promosi tidak hanya melalui WA	8.005	3
menambah jenis produk yang tidak dimiliki oleh pesaing	6.444	4
Meningkatkan loyalitas pelanggan	6.004	5
Memanfaatkan perkembangan teknologi seperti internet dan media sosial.	6.004	6

Sumber : Data Primer diolah (2022)

Lampiran 13 DOKUMENTASI





Sources Overview

19%

OVERALL SIMILARITY

1	repository.unika.ac.id	4%
2	repo-mm.unsi.ac.id	1%
3	library.binas.ac.id	1%
4	arabac.com	<1%
5	kuliahkhan.blogspot.com	<1%
6	eprints.uny.ac.id	<1%
7	testid.123dok.com	<1%
8	wpproject.org	<1%
9	studentjournal.petra.ac.id	<1%
10	Andyanah, "Strategi Peringatan Predikat Daerah Tertinggi di Kabupaten Pandeglang Provinsi Banten", <i>JKP: Jurnal Desentralisasi dan Kebijakan Publik</i> , 2020	<1%
11	es.scribd.com	<1%
12	www.scribd.com	<1%
13	adoc.fps	<1%
14	eprints.polib.ac.id	<1%
15	visi.kelipentrisulawesi.ac.id	<1%
16	Harvard High School on 2021-07-04	<1%
17	desamarketing.com	<1%
18	deeplayer.info	<1%
19	repository.iib.ac.id	<1%
20	library.unismuhkunk.ac.id	<1%
21	vinatalemisom.files.wordpress.com	<1%
22	eprints3.undp.ac.id	<1%
23	Universitas Pamulang on 2021-04-27	<1%
24	repository.unhas.ac.id	<1%
25	www2.slidehare.net	<1%
26	sis.binas.ac.id	<1%
27	www.coursehero.com	<1%