



BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Pengumpulan Data

4.1.1 Profil Perusahaan

Home Industry Sinar Hidayah adalah unit usaha pembuatan makanan tradisional keripik nenas dan keripik nangka yang terletak di Desa Kualu Nenas Kecamatan tambang, Kabupaten Kampar Provinsi Riau. *Home Industry* Sinar Hidayah ini didirikan oleh ibu Samsinar tepat pada tanggal 01 Januari 2010. Pada awalnya ibu Samsinar yang juga dibantu oleh keluarganya menjalankan usaha kecil- kecilan dengan menjual buah nenas saja. Kemudian pada tahun 2011 *Home Industry* Sinar Hidayah ini mulai memproduksi dan menjual berbagai jenis produk yaitu: keripik nenas, keripik nangka, wajik nenas, buah nenas dan juga terkadang menjual keripik semangka.

Home Industry Sinar Hidayah sampai saat ini hanya dikelola oleh ibu Samsinar dan dibantu oleh 1 orang karyawan tetap dan 2 orang anak dari ibu Samsinar itu sendiri. Pemasaran keripik nenas dan keripik nangka pada *Home Industry* ini dilakukan ditempat pembuatan atau tempat produksi keripik tersebut yaitu di rumah ibu Samsinar.

Home Industry Sinar Hidayah ini masih terbilang sederhana karena proses promosinya hanya dengan menggunakan promosi dari mulut - kemulut untuk mempromosikan keripik nenas dan keripik nangka tersebut dan pembelinya langsung datang ke tempat produksi *Home Industry* Sinar Hidayah.

4.1.2 Analisis Lingkungan *Internal* dan *Eksternal* Perusahaan

4.1.2.1 Analisis lingkungan *internal*Perusahaan

Analisis lingkungan *internal* ini diperlukan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan bersaing *Home Industry* Sinar Hidayah dengan cara melakukan identifikasi terhadap berbagai faktor- faktor yang ada dalam *Home Industry* Sinar Hidayah. Diantaranya yaitu: manajemen, pemasaran, keuangan, produksi atau operasi, penelitian dan pengembangan serta informasi manajemen.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Manajemen

Manajemen dalam perusahaan akan dapat memperbaiki kinerja perusahaan jika memiliki perencanaan, pengorganisasian dan pengontrolan yang baik untuk membantu perusahaan mencapai hasil yang maksimum dari usaha yang dijalankan. *Home industry* Sinar Hidayah tidak memiliki sistem manajemen dalam menjalankan usahanya, karena usaha yang dijalankan hanyalah sebuah unit usaha kecil dan semua kegiatan operasional usahanya dilakukan oleh ibu Samsinar beserta dua orang anaknya dan satu orang karyawannya. Tanpa adanya sistem manajemen yang berupa perencanaan, pengorganisasian, penyusunan dan pengontrolan yang baik tentunya akan menjadi suatu kelemahan bagi perusahaan, karena hasil yang diperoleh dalam menjalankan usaha ini tidak akan maksimum dalam pencapaian tujuannya.

2. Pemasaran

Pemasaran merupakan bagian paling penting dalam suatu usaha, karena bidang pemasaranlah yang secara langsung bersentuhan dengan konsumen. Pemasaran merupakan suatu usaha yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan produknya di pasaran dan memperoleh keuntungan dari penjualan produknya yang menjadi parameter berhasil tidaknya suatu usaha. Pasar sasaran yang dituju oleh *Home Industry* Sinar Hidayah adalah semua golongan masyarakat yang berada di Provinsi Riau maupun diluar Provinsi Riau. Sistem pemasaran yang dilakukan oleh *Home Industry* Sinar Hidayah saat ini adalah dengan pemasaran langsung kepada konsumen.

a. Produk

Meskipun banyak konsumen atau pembeli yang meminati dan membeli produk keripik nenas dan keripikangka dari *Home Industry* Sinar Hidayah ini namun, karena sedikitnya variasi cita rasa dan bentuk keripik nenas dan keripikangka yang dihasilkan menyebabkan peningkatan pangsa pasar dan permintaan produkpun sangat lamban, sehingga menyebabkan lambannya perkembangan perusahaan. Saat ini *home industry* Sinar Hidayah memiliki beberapa macam produk diantaranya keripik nenas, keripikangka, keripik sukun, wajik nenas dan

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

buah nenas segar. Semua produk tersebut tidak menggunakan bahan pengawet untuk menjaga kualitas produknya.

- b. Harga

Harga keripik nenas dan keripik nangka yang ditawarkan oleh *home industry* Sinar hidayah ini cukup terjangkau. Produk dalam kemasan 1/2 kg dijual dengan harga Rp. 70.000. Untuk setiap pemesanan dalam jumlah besar pemilik perusahaan memberikan diskon tergantung berapa banyaknya konsumen tersebut membeli produknya.

- c. Tempat

Lokasi perusahaan *Home Industry* Sinar Hidayah berada ditepi jalan raya Pekanbaru – Bangkinang Km 26 Kualu Nenas, sehingga akan lebih memudahkan konsumen untuk menjangkau tempat tersebut. Mayoritas pasar sasaran dari usaha ini adalah masyarakat umum.

- d. Promosi

Promosi yang dilakukan *Home Industry* Sinar Hidayah sampai saat ini hanyalah dengan media *mouth to mouth* dari para konsumen yang sudah pernah membeli produk keripik nenas dan keripik nangka di *Home Industry* tersebut. Perusahaan tidak menggunakan media seperti media cetak atau media sosial dalam melakukan promosi.

3. Keuangan/ akuntansi

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik *Home Industry* Sinar Hidayah, sumber keuangan yang digunakan untuk kegiatan operasional usaha ini mulai dari awal usaha hingga sekarang berasal dari modal pribadi. Karena minimnya modal yang dimiliki oleh *Home Industry* Sinar Hidayah ini membuat usaha ini sulit untuk dikembangkan. Pemilik usaha *Home Industry* sendiri tidak melakukan pencatatan seperti usaha - usaha yang telah besar. *Home industry* Sinar Hidayah ini hanya melakukan catatan - catatan dibuku hanya sekedar mengetahui uang masuk perharinya dan berapa jumlah modal yang dikeluarkannya.

4. Produksi atau Operasi

- a. Proses produksi keripik nenas



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pertama buah nenas dikupas kulitnya, lalu batang yang berada ditengah-tengah buah nenas dibuang dengan menggunakan alat bantu pisau dan besi yang berlobang di tengahnya. Kemudian buah nenas yang sudah dikupas kulitnya dan telah dibuang batang ditengahnya dipotong tipis- tipis sesuai dengan ukurannya, kemudian nenas yang sudah dipotong tipis - tipis tersebut diletakkan disuatu wadah dan diberi garam secukupnya lalu dimasukkan ke dalam mesin penggorengan selama kurang lebih 60 menit. Dan setelah keripik nenas masak, untuk tahap terakhir keripik dibungkus dengan kemasan plastik dengan masing - masing beratnya.

b. Proses produksi keripik nangka

Pertama buah nangka dikupas kulitnya dengan menggunakan pisau, kemudian pisahkan buah/ daging nangka dengan bijinya. Kemudian daging nangka yang dipisahkan dengan bijinya tersebut diberikan garam secukupnya lalu dimasukkan kedalam mesin penggorengan selama kurang lebih 60 menit. Setelah masak tahap terakhir keripik nangka dibungkus dengan kemasan plastik dengan masing- masing beratnya.

c. Kapasitas Produksi

Kapasitas produksi yang bisa dicapai oleh *home industry* ini dalam sehari adalah sekitar 3 kg keripik nenas dan 3 kg keripik nangka atau dalam sebulan memproduksi 180 kg keripik nenas dan keripik nangka.

d. Bahan Baku

Pengadaan bahan baku keripik nenas dan keripik nangka tidaklah sulit karena bahan baku buah nenas dan buah nangka banyak tersedia di Desa Kualu Nenas. Bahan - bahan pendukung lainnya seperti, garam dan kemasan kantong plastiknya juga banyak tersedia dipasar dan ditoko - toko.

5. Penelitian dan Pengembangan

Pemilik *home industry* Sinar Hidayah ini selama menjalankan usahanya tidak pernah melakukan penelitian dan pengembangan terhadap produknya. Baik dari segi rasa, bentuk dan kemasannya. Selama ini pemilik hanya selalu menjaga kualitas baik dari segi bentuk maupun rasa produknya agar tetap sesuai dengan

keinginan konsumen dan produk yang dihasilkan dapat bertahan lama tanpa menggunakan bahan pengawet.

6. Sistem Informasi manajemen

Alat informasi yang selama ini digunakan *Home Industry* Sinar Hidayah adalah telepon seluler / *hand phone*. Telepon seluler ini digunakan untuk menunjang kegiatan pemasaran produknya dalam melakukan transaksi jual beli dengan konsumen.

Tabel 4.1 Rumusan Kekuatan dan Kelemahan *Home Industry* Sinar Hidayah

No	Faktor Internal	Kekuatan	Kelemahan
1	Manajemen	-	Tidak memiliki sistem manajemen perusahaan.
2	Pemasaran	-Produk berkualitas dan rasanya enak -Harga dipasar bersaing -Produk tanpa bahan pengawet makanan -Lokasi perusahaan strategis.	-Sedikitnya variasi cita rasa produk -minimnya kegiatan produksi -wilayah distribusi masih terbatas.
3	Keuangan/ Akuntansi	Modal yang digunakan <i>Home Industry</i> Sinar Hidayah modal sendiri	-Minimnya modal yang dimiliki -Tidak menggunakan laporan keuangan secara rapi.
4	Produksi/ Operasi	Bahan baku mudah didapatkan	-Kapasitas produksi masih terbatas
5	Penelitian dan Pengembangan	-	Tidak adanya riset dan pengembangan produk

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6 © Hak cipta n	Sistem Informasi dan Manajemen	-	-Tidak menggunakan website atau internet -tidak menggunakan telepon.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.1.2.2 Analisis Lingkungan Eksternal Perusahaan

Analisis lingkungan *eksternal* ini bertujuan untuk mengembangkan sebuah daftar terbatas dari peluang yang dapat menguntungkan sebuah perusahaan dan ancaman yang harus dihindarinya. Lingkungan *eksternal* perusahaan terbagi menjadi dua yaitu:

1. Lingkungan Makro
 - a. Faktor Demografi

Bertambahnya jumlah populasi penduduk di Indonesia dan semakin tingginya tingkat pendidikan masyarakat merupakan salah satu kekuatan yang terus dipantau oleh para pemasar, karena pasar dan karakteristiknya dibentuk secara langsung oleh masyarakat. Dengan perkembangan jumlah penduduk ini akan berdampak positif pada peningkatan konsumsi keripik nenas dan keripik nangka di *Home Industry* Sinar Hidayah dan merupakan peluang terhadap perkembangan usaha pemasaran keripik nenas dan keripik nangka.

- b. Faktor Ekonomi

Keadaan perekonomian suatu Negara akan mempengaruhi kinerja suatu perusahaan atau industri didalam Negara tersebut. Kondisi perekonomian Indonesia yang masih belum stabil sejak adanya krisis ekonomi pada tahun 1997 silam memberikan dampak bagi perkembangan bisnis di Indonesia, baik bisnis berskala besar, sedang maupun berskala kecil. Hal ini dapat ditandai atau kita lihat dengan tersendatnya perkembangan ekonomi, seperti terus naiknya harga bahan bakar minyak dan gas yang berpengaruh terhadap kenaikan harga barang - barang lainnya secara umum tidak terkecuali bahan baku penunjang *Home Industry*



keripik nenas dan keripik nangka Sinar Hidayah seperti minyak goreng, plastik, pisau dan tempat alas memotong buah- buah nenas, garam dan lain sebagainya.

c. Faktor Alam

Bagi *Home Industry* Sinar Hidayah, faktor alam merupakan faktor yang tidak begitu penting dan tidak terlalu memiliki pengaruh yang besar terhadap kuantitas, kualitas, tingkat penjualan dan keuntungan yang diperoleh dari hasil produksi keripik nenas dan keripik nangkanya.

d. Faktor Teknologi

Teknologi merupakan salah satu fungsi yang memegang peran penting dalam perkembangan suatu industri. Perkembangan teknologi yang semakin pesat menuntut kalangan industri untuk berusaha mengamati bahkan mengadopsi perkembangan dari berbagai teknologi yang ada saat ini untuk menunjang seluruh kegiatan operasional usahanya. Kemajuan teknologi komunikasi yang berupa telepon dan *hand phone* telah terbukti memperlancar transaksi jual beli produk dari produsen ke distributor atau ke konsumen. Selain itu *Home Industry* Sinar Hidayah ini dapat memanfaatkan perkembangan dunia internet untuk menjual atau mempromosikan produknya secara *online*. Hal ini bisa dijadikan peluang oleh *Home Industry* Sinar Hidayah.

e. Faktor Politik

Keadaan politik di suatu Negara baik secara langsung maupun tidak langsung memiliki pengaruh yang besar bagi kelangsungan hidup suatu usaha. Pemantauan perlu dilakukan secara terus menerus oleh perusahaan baik mengenai situasi politik, peraturan - peraturan dan kebijakan - kebijakan pemerintah baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah, terutama kebijakan mengenai UMKM dapat mempengaruhi perkembangan usaha *Home Industry* Sinar Hidayah ini. Peraturan yang dibuat dapat mempengaruhi perusahaan dalam hal memudahkan perusahaan atau mempersulit perusahaan untuk berkembang sehingga dapat menjadi peluang atau ancaman. Keadaan politik yang tidak stabil akan menyebabkan ancaman pada nilai tukar rupiah yang tidak stabil dan berdampak juga pada penurunan nilai investasi, penanaman modal dan nilai daya beli masyarakat di dalam negeri.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

f. Faktor Budaya

Berkembangnya zaman dan pertumbuhan jumlah penduduk telah banyak merubah jiwa sosial, budaya masyarakat, dan pola hidup masyarakat saat ini. Bagi *Home Industry Sinar Hidayah* pertumbuhan jumlah penduduk adalah merupakan sebuah peluang, karena akan mempengaruhi jumlah konsumsi dan permintaan masyarakat terhadap produknya. Akan tetapi jika melihat pola hidup masyarakat saat ini yang cenderung lebih modern hal ini dapat menjadi suatu ancaman, karena produk yang dijual oleh *Home Industry Sinar Hidayah* ini adalah produk makanan tradisional. Pola hidup masyarakat yang sudah modern semacam ini tentunya akan menjadi suatu ancaman bagi *Home Industry Sinar Hidayah* ini.

2. Lingkungan Mikro

a. Pemasok

Bahan baku utama pembuatan keripik nenas dan keripik nangka dari *Home Industry Sinar Hidayah* ini adalah buah nenas dan buah nangka. Buah nenas dan buah nangka diperoleh oleh pemilik perusahaan dari petani buah nenas dan buah nangka yang ada didesa Kualu Nenas dengan cara petani langsung mengantarkan buah tersebut ke *Home Industry Sinar Hidayah* ini, kemudian bahan - bahan pendukung lainnya seperti plastik, minyak goreng, garam dan lain sebagainya dibeli langsung di pasar.

b. Perantara Pemasaran

Home Industry Sinar Hidayah ini memasarkan produknya hanya ditempatnya saja tidak dengan menitipkan ke toko - toko atau ke swalayan. Pemilik perusahaan *Home Industry Sinar Hidayah* untuk saat ini tidak menggunakan jasa agen distributor barang dalam memasarkan keripik nenas dan keripik nangkanya.

c. Pelanggan

Pelanggan yang dimiliki oleh *Home Industry Sinar Hidayah* saat ini yaitu pasar konsumen. Pasar konsumen yaitu pelanggan yang membeli produk keripik nenas dan keripik nangka tersebut untuk dikonsumsi sendiri.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

d. Pesaing

Pesaing utama dari *Home Industry* Sinar Hidayah ini bukan saja perusahaan yang memproduksi produk yang sejenis saja. Akan tetapi perusahaan yang memproduksi ritel makanan - makanan modern dari luar karena mengingat pola hidup masyarakat sekarang yang sudah modern yang tentunya lebih menyukai makanan - makanan modern yang berasal dari luar yang dapat meningkatkan *prestise* mereka dibandingkan makanan tradisional mereka sendiri. Selain itu rasa dan bentuknya yang bervariasi serta harga yang cukup terjangkau membuat mereka lebih konsumtif terhadap makanan - makanan modern tersebut.

e. Masyarakat

Dengan melihat pola hidup masyarakat sekarang yang sudah modern merupakan suatu tantangan dan kesulitan tersendiri bagi *Home Industry* Sinar Hidayah ini untuk mengembangkan usahanya yang bergerak dalam bidang ritel makanan tradisional. Masyarakat sekarang yang cenderung sudah melupakan makanan - makanan tradisional mereka dikarenakan menganggap sudah ketinggalan zaman. Tentunya berbeda tanggapan mereka makanan - makanan modern dari luar negeri yang mereka anggap adalah pola hidup yang modern dan merupakan sebuah *prestise* tersendiri bagi mereka.

3. Lingkungan Industri

a. Ancaman Pendatang Baru

Daya tarik suatu industri bagi pesaing baru tergantung pada tingginya hambatan masuk dan keluar serta pada reaksi dari peserta persaingan yang sudah ada menurut perkiraan calon pendatang baru. Munculnya pendatang baru dalam industri makanan tradisional keripik nenas dan keripik nangka dapat menjadi suatu ancaman bagi *home industry* Sinar Hidayah terhadap pangsa pasar yang dimiliki meskipun prospek pasar yang dimiliki dalam bisnis ini masih terbilang kecil, akan tetapi dengan mudahnya mendapatkan bahan baku buah nenas dan buah nangka. Kebutuhan modal yang tidak begitu besar dan nilai ekonomisnya yang cukup tinggi dari keripik nenas dan keripik nangka mendorong munculnya beberapa orang yang mencoba membuka bisnis dibidang ritel makanan tradisional keripik nenas dan keripik nangka di Desa Kualu Nenas. Meskipun pendatang baru



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tersebut mempunyai skala yang lebih kecil, namun hal ini secara tidak langsung akan menjadi pesaing yang berskala besar apabila tidak dilakukan antisipasi terhadap pendatang baru.

Ancaman yang sebenarnya dari industri keripik nenas dan keripik nangka yang merupakan sebuah industri makanan tradisional bukanlah pendatang baru dari industri keripik nenas dan keripik nangka itu sendiri melainkan pendatang baru dari industri makanan - makanan modern seperti aneka makanan ringan atau snack, makanan cepat saji, roti dan lain sebagainya. Melihat pola hidup masyarakat yang sudah modern tentunya cenderung lebih suka mengkonsumsi makanan - makanan modern tersebut. Selain itu prospek pasar yang dimiliki oleh industri makanan modern ini sangatlah besar dan dapat berkembang sangat cepat, sehingga melihat situasi ini sangat penting bagi *home industry* Sinar Hidayah lebih berkonsentrasi mengantisipasi pendatang baru dari industri ritel makanan modern.

b. Ancaman barang substitusi

Home Industry Sinar Hidayah sebagai sebuah industri yang memproduksi produk makanan tentunya memiliki banyak sekali barang pengganti atau barang substitusinya dikarenakan semakin beragamnya produk makanan yang ada saat ini baik makanan tradisional maupun makanan modern. Meskipun karakteristik dari makanan berbeda - beda tetapi pada dasarnya memiliki fungsi yang sama antara satu dengan yang lainnya. Hal ini tentunya menjadi ancaman yang sangat kuat bagi *Home Industry* Sinar Hidayah ini.

c. Kekuatan tawar menawar pemasok

Pemasok dapat memanfaatkan kekuatan tawar menawarnya atas pembeli dengan menaikkan harga atau dengan menurunkan kualitas dan kuantitas barang atau jasa yang dijualnya. Pemasok cenderung menjadi kuat jika jumlah mereka sedikit, dan sebaliknya pemasok akan cenderung menjadi lemah apabila jumlahnya banyak. usaha terbaik adalah bekerja sama yang baik dengan pemasok atau menggunakan berbagai sumber pemasok untuk mempermudah *Home Industry* Sinar Hidayah dalam melakukan tawar - menawarnya. Pemasok buah nenas dan buah nangka maupun bahan - bahan pendukung lainnya dalam

pembuatan keripik nenas dan keripik nangka sangat banyak jumlahnya baik dari petani maupun penjual yang ada di pasar, sehingga pemasok tidak mempunyai kekuatan untuk memaksakan harga yang terlalu tinggi.

d. Kekuatan tawar menawar pembeli

Produk keripik nenas dan keripik nangka dari *Home Industry* Sinar Hidayah sudah banyak dikenal dan diminati oleh masyarakat dari mulut ke mulut yang dilakukan oleh orang - orang yang telah membeli produk tersebut. Banyak konsumen yang mengatakan bahwa keripik nenas dan keripik nangka yang dihasilkan rasanya lebih gurih dan kualitasnya lebih baik dibandingkan dengan produk lainnya. Hal ini menyebabkan kekuatan tawar menawar pembeli sangatlah kecil.

e. Persaingan dari perusahaan sejenis dalam industri

Persaingan dalam industri akan mempengaruhi kebijakan dan kinerja dari industri. Persaingan antar sesama produsen keripik nenas dan keripik nangka sangat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan. Hal ini juga terjadi pada *Home Industry* Sinar Hidayah, meskipun skala industri dan skala produksi lebih kecil dan juga ada yang lebih besar. Namun, keberadaannya dapat mengurangi pangsa pasar yang ada sehingga perlu dipantau juga keberadaannya.

Setelah melakukan analisis faktor *eksternal*, maka dirumuskan peluang dan ancaman yang dimiliki oleh *home industry* Sinar Hidayah yang dapat dilihat pada Tabel 4.2 sebagai berikut.

Tabel 4.2 Rumusan Peluang dan Ancaman *Home Industry* Sinar Hidayah

Faktor Eksternal	Peluang	Ancaman
Lingkungan Makro	- Bertambahnya populasi penduduk - perkembangan dunia internet	- kenaikan harga bahan bakar minyak - dibukanya pasar bebas - fluktuasi nilai tukar rupiah - pola hidup masyarakat yang sudah modern

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lingkungan Mikro	-ketersediaan bahan baku yang melimpah -banyaknya agen distributor -tingginya loyalitas konsumen terhadap produk perusahaan -pangsa pasar masih luas	-banyaknya produsen ritel makanan modern -banyaknya produsen ritel makanan tradisional
Lingkungan Industri	-	Banyaknya produk substitusi/ pengganti

4.2 Pengolahan Data

4.2.1 Demografi Sampel Penelitian *Eksternal* perusahaan

Responden pada penelitian ini terbagi atas 2 kelompok yaitu responden untuk lingkungan *internal* perusahaan yaitu: pemilik perusahaan dan 3 orang karyawan yang bekerja di *Home Industry* Sinar Hidayah dan responden dari lingkungan *eksternal* perusahaan yaitu 3 dosen ahli pemasaran fakultas ekonomi jurusan manajemen dan 62 responden yang merupakan konsumen yang membeli keripik nenas dan keripik nangka di *Home Industry* Sinar Hidayah. Dengan adanya batasan - batasan tersebut diharapkan sampel penelitian akan mempunyai derajat kesamaan yang tinggi karena responden dapat memahami dan mengerti tentang pertanyaan - pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner.

a. Demografi sampel berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan jenis kelamin

Jenis Demografi	Keterangan	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	22	34%
	Perempuan	43	66%
Jumlah		65	100%

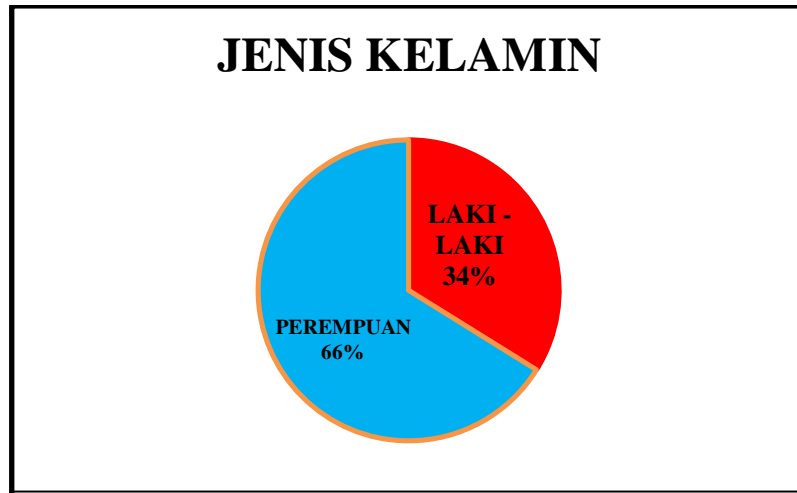
Sumber : Pengolahan Data

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 4.1 Grafik Berdasarkan Jenis Kelamin

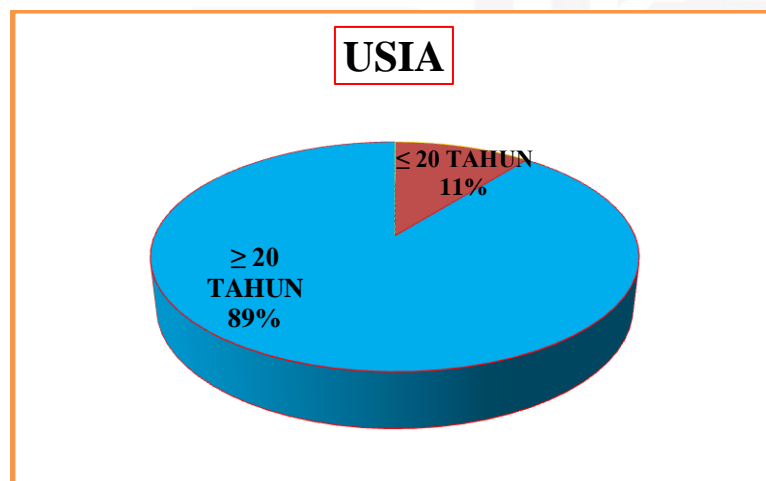
Jika dilihat dari Gambar 4.1 terlihat bahwa jumlah responden perempuan lebih mendominasi dibandingkan dengan jumlah responden laki – laki dengan jumlah responden perempuan sebanyak 43 responden atau 66% dan jumlah responden laki – laki sebanyak 22 responden atau 34%.

b. Demografi Berdasarkan Usia

Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan usia

Jenis Demografi	Keterangan	Frekuensi	Persentase
Usia	≤ 20 tahun	7	11%
	≥ 20 tahun	58	89%
Total		65	100%

Sumber : Pengolahan Data



Gambar 4.2 Grafik Berdasarkan Usia

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

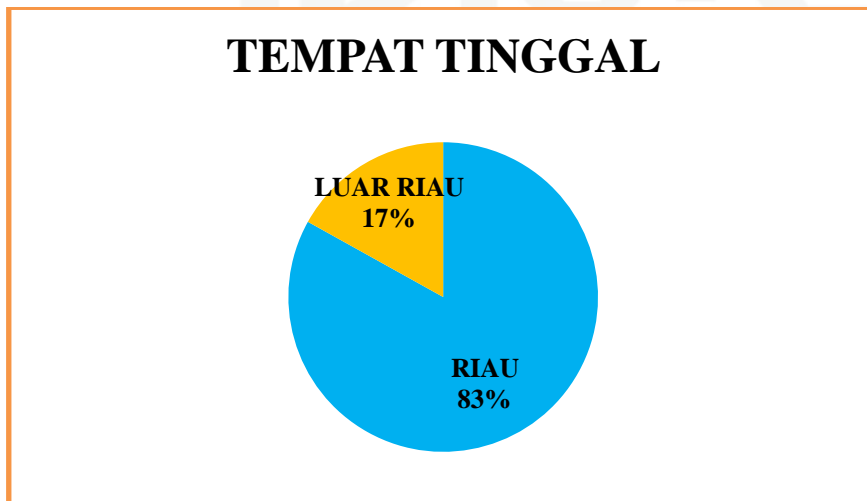
Jika dilihat dari Gambar 4.2 terlihat bahwa jumlah responden yang berusia di atas 20 tahun lebih mendominasi dibandingkan dengan jumlah responden yang berusia di bawah 20 tahun dengan jumlah responden yang berusia di atas 20 tahun sebanyak 58 responden atau 89% dan jumlah responden yang berusia di bawah 20 tahun sebanyak 7 responden atau 11%.

c. Demografi Berdasarkan Tempat Tinggal

Tabel 4.5 Data Responden Berdasarkan Tempat Tinggal

Jenis Demografi	Keterangan	Frekuensi	Persentase
Tempat Tinggal	Riau	54	83%
	Di luar Riau	11	17%
Total		65	100%

Sumber : Pengolahan Data



Gambar 4.3 Grafik Berdasarkan Tempat Tinggal

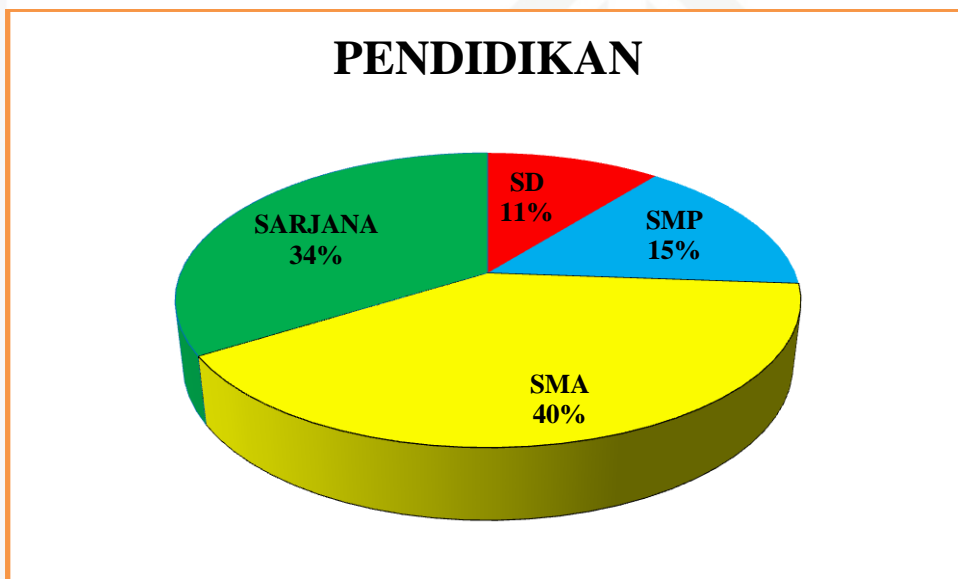
Jika dilihat dari Gambar 4.3 terlihat bahwa jumlah responden yang bertempat tinggal di dalam Provinsi Riau lebih mendominasi dibandingkan dengan jumlah responden yang bertempat tinggal di luar Provinsi Riau dalam membeli keripik nenas dan keripik angka, dengan jumlah responden yang bertempat tinggal di dalam Provinsi Riau sebanyak 54 responden atau 83% dan jumlah responden yang bertempat tinggal di luar Provinsi Riau sebanyak 11 responden atau 17%.

d. Demografi Berdasarkan Pendidikan

Tabel 4.6 Data Responden Berdasarkan Pendidikan

Jenis Demografi	Keterangan	Frekuensi	Persentase
Pendidikan	SD	7	11%
	SMP	10	15%
	SMA	26	40%
	SARJANA	22	34%
Total		65	100%

Sumber : Pengolahan Data



Gambar 4.4 Grafik Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Jika dilihat dari Gambar 4.4 terlihat bahwa jumlah responden yang berpendidikan SMA sederajat lebih banyak yang membeli keripik nenas dan keripik nangka di *Home Industry* Sinar Hidayah dengan jumlah responden sebanyak 26 responden atau 40%, kemudian diikuti oleh responden yang berpendidikan Sarjana dengan jumlah responden sebanyak 22 responden atau sekitar 34%, lalu diikuti oleh responden yang berpendidikan SMP dengan jumlah responden sebanyak 10 responden atau sekitar 15% dan yang terakhir yaitu responden yang berpendidikan SD dengan jumlah responden sebanyak 7 responden atau sekitar 11%.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

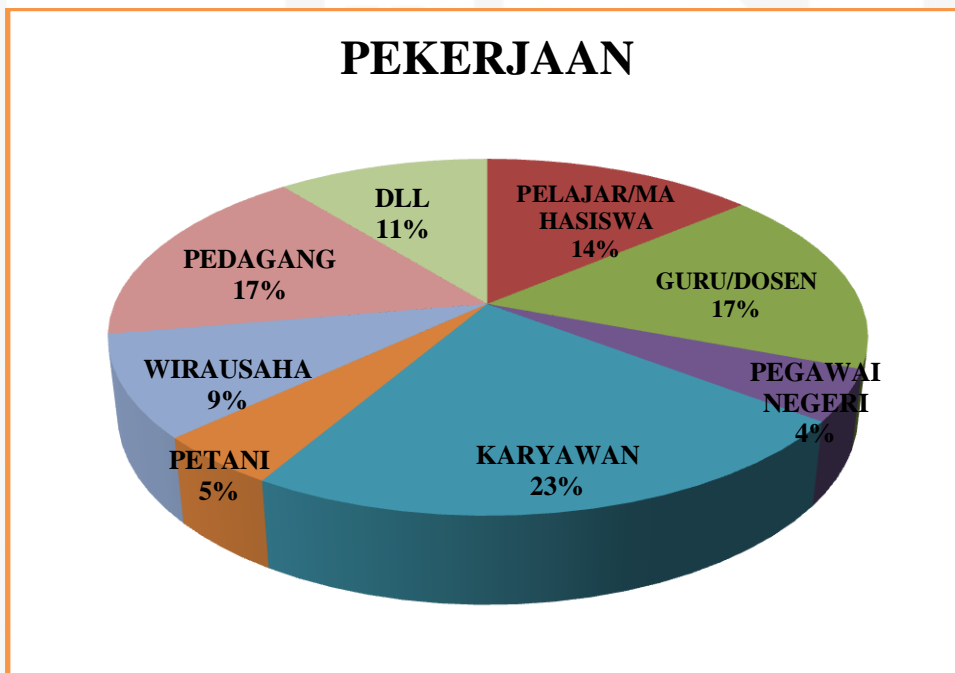
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

e. **Demografi Berdasarkan Pekerjaan**

Tabel 4.7 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

Jenis Demografi	Keterangan	Frekuensi	Persentase
Pendidikan	Pelajar/mahasiswa	9	14%
	Guru/dosen	11	17%
	Pegawai Negeri	3	5%
	Karyawan	15	23%
	Petani	3	5%
	Wirausaha	6	9%
	Pedagog	11	17%
	Dll	7	11%
Total		65	100%

Sumber : Pengolahan Data



Gambar 4.5 Grafik Berdasarkan Pekerjaan

Jika dilihat dari Gambar 4.5 terlihat bahwa jumlah responden yang bekerja sebagai karyawan lebih banyak yang membeli keripik di *Home Industry* Sinar Hidayah dengan jumlah responden sebanyak 15 responden atau sekitar 23%, kemudian diikuti oleh responden yang bekerja sebagai guru/dosen dengan jumlah responden sebanyak 11 responden atau sekitar 17%, responden yang bekerja

sebagai pedagang sama jumlahnya dengan responden yang bekerja sebagai guru/dosen dengan jumlah responden sebanyak 11 orang atau sekitar 17%, kemudian diikuti oleh responden yang bekerja sebagai pelajar/mahasiswa dengan jumlah responden sebanyak 9 responden atau sekitar 14%, kemudian diikuti oleh responden yang bekerja selain dari pekerjaan pelajar/mahasiswa, guru/dosen, pegawai negeri, karyawan, petani, wirausaha dan pedagang dengan jumlah responden sebanyak 7 responden atau sekitar 11%, kemudian diikuti oleh responden yang bekerja sebagai wirausaha dengan jumlah responden sebanyak 6 responden atau sekitar 9% dan terakhir responden yang bekerja sebagai pegawai negeri dan sebagai petani dengan jumlah responden yang sama sebanyak 3 responden atau sekitar 5%.

4.3 Pengujian Validitas Dan Reliabilitas

Dari kuesioner yang telah disebarkan selanjutnya dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas. Pengujian ini dilakukan untuk melihat apakah kuesioner yang telah disebarkan mampu mengukur variabel penelitian dengan baik. Berikut merupakan pengujian validitas dan reliabilitas kuesioner dengan menggunakan *Software SPSS 16.0*.

4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Faktor *Eksternal* Perusahaan

Tabel 4.8 *Output SPSS Reliabilitas Statistics*

		N	%
Cases	Valid	65	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	65	100.0

Sumber : *Pengolahan Data*

Jika dilihat dari Tabel 4.8 yang merupakan output dari SPSS.16.0, terlihat bahwa jumlah N bernilai 65 yang berarti jumlah responden dalam pengisian kuesioner faktor *eksternal* perusahaan sebanyak 65 responden. Dan bernilai 100% yang berarti indikator pertanyaannya sudah valid dan dapat dimengerti oleh responden yang mengisi kuesioner tersebut.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 4.9 *Reliability Statistics*

Cronbach's Alpha	N of Items
.693	13

Sumber : Pengolahan Data

Jika dilihat dari Tabel 4.9 yang merupakan *output* dari *Software SPSS 16.0* terlihat bahwa N of Item bernilai 13 yang berarti jumlah indikator pertanyaan untuk kuesioner faktor *eksternal* perusahaan sebanyak 13 pertanyaan. Dan terlihat Cronbach's Alpha bernilai 0.693 dimana nilai tersebut merupakan alat ukur uji reliabilitas atau tingkat konsistensi jawaban responden, dimana nilai nya berkisar antara 0,00 sampai 1. Semakin mendekati angka 1 maka kuesioner tersebut semakin reliabel

Tabel 4.10 Rekapitulasi Kuesioner Faktor *Eksternal* Perusahaan

No	Pertanyaan	r hitung	r tabel	Validitas
PELUANG				
1	Bertambahnya populasi penduduk	.209	0.205	Valid
2	Perkembangan dunia internet	.312	0.205	Valid
3	Ketersediaan bahan baku yang melimpah	.256	0.205	Valid
4	Banyak agen distributor	.315	0.205	Valid
5	Tingginya loyalitas konsumen terhadap produk perusahaan	.240	0.205	Valid
6	Pangsa pasar masih luas	.369	0.205	Valid
ANCAMAN				
7	Kenaikan harga bahan bakar minyak	.232	0.205	Valid
8	Dibukanya pasar bebas	.610	0.205	Valid
9	Fluktuasi nilai tukar rupiah	.394	0.205	Valid

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

10	Pola hidup masyarakat yang sudah modern	.467	0.205	Valid
11	Banyaknya produsen ritel makanan modern	.532	0.205	Valid
12	Banyaknya produsen ritel makanan tradisional	.376	0.205	Valid
13	Banyaknya produk substitusi/ pengganti	.221	0.205	Valid

Sumber : Pengolahan Data

Jika dilihat dari Tabel 4.10 terlihat bahwa nilai r Hitung lebih besar dari nilai r Tabel yang berarti valid. Disini terlihat nilai r Tabel bernilai 0.205 nilai ini didapat dari tabel r . karena tingkat keyakinan dalam penelitian ini sebesar 90% maka tingkat kelonggaran sebesar 10% atau 0,1. Rumus untuk menentukan berapa jumlah r tabel adalah $df = (N-2)$, maka didapat nilai r Tabel untuk penelitian ini sebesar $65 - 2$ yaitu 63. Dengan tingkat keyakinan 90% maka dapat dilihat pada tabel r nilai untuk r Tabel adalah 0,205

4.4 Strategi Pemasaran *Home Industry* Sinar Hidayah

Strategi pemasaran *Home Industry* Sinar Hidayah saat ini yaitu dengan cara pemasaran langsung. Pemasaran langsung dilakukan dengan cara konsumen dapat datang langsung ke rumah ibu samsinar yang merupakan tempat penjualan keripik nenas dan keripik nangka. Tujuan dilakukannya pemasaran langsung ini untuk lebih mendekatkan diri kepada konsumen, selain itu konsumen dapat memilih sendiri keripik nenas dan keripik nangka yang dijual oleh *Home Industry* Sinar Hidayah ini.

4.5 Identifikasi dan Analisis Lingkungan *Internal* dan *Eksternal Home Industry* Sinar Hidayah

a. Matrik IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Analisis matrik IFE merupakan hasil dari identifikasi faktor *internal* berupa kekuatan (*Strengths*) dan kelemahan (*Weakness*) yang berpengaruh terhadap *Home Industry* Sinar Hidayah. Penentuan nilai dan bobot dengan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



menggunakan metode *pared comparison*. Penentuan rating diperoleh dari 4 (empat) orang responden yaitu ibu Samsinar selaku pemilik usaha dan 3 orang karyawan yang bekerja di *Home Industry* Sinar Hidayah ini. Sedangkan total skor dengan mengalikan bobot dengan rating. Dapat dilihat pada Tabel 4.11 sebagai berikut.

Tabel 4.11 Hasil Rekapitulasi Matriks IFE *Home Industry* Sinar Hidayah

Faktor Internal	Bobot					Rating					Total Skor Rata - Rata	
	PP	K1	K2	K3	Rata-rata	PP	K1	K2	K3	Rata-rata		
Kekuatan												
A	0,068	0,067	0,073	0,079	0,071	4	4	4	4	4	0,284	
B	0,070	0,063	0,064	0,068	0,066	3	4	4	3	3,5	0,231	
C	0,066	0,067	0,066	0,064	0,065	3	4	4	4	3,75	0,243	
D	0,066	0,067	0,069	0,068	0,067	4	4	4	3	3,75	0,251	
E	0,070	0,065	0,066	0,066	0,066	3	3	4	3	3,25	0,214	
F	0,074	0,070	0,077	0,077	0,074	3	3	4	3	3,25	0,240	
Kelemahan												
G	0,057	0,056	0,056	0,053	0,055	1	1	1	2	1,25	0,068	
H	0,059	0,056	0,062	0,062	0,059	2	2	1	1	1,5	0,088	
I	0,061	0,065	0,060	0,060	0,061	1	2	1	1	1,25	0,076	
J	0,063	0,065	0,060	0,062	0,062	1	2	1	2	1,5	0,093	
K	0,066	0,067	0,066	0,066	0,066	2	1	2	1	1,5	0,099	
L	0,041	0,048	0,045	0,042	0,044	1	1	2	2	1,5	0,066	
M	0,077	0,074	0,075	0,075	0,075	2	2	2	1	1,75	0,131	
N	0,052	0,056	0,049	0,049	0,051	1	2	2	2	1,75	0,089	
O	0,050	0,052	0,051	0,051	0,051	2	2	2	2	2	0,102	
P	0,052	0,052	0,051	0,051	0,051	2	2	2	2	2	0,102	
Total						1,00						2,377

Tabel 4.12 Hasil Analisis Matrik IFE *Home Industry* Sinar Hidayah

Faktor Internal			
Kekuatan (Strengths)	Bobot	Rating	Skor
A= Produk berkualitas dan rasanya enak	0,071	4	0,284
B= Harga dipasar bersaing	0,066	3,5	0,231
C= Produk tanpa bahan pengawet makanan	0,065	3,75	0,243
D= Lokasi perusahaan strategis	0,067	3,75	0,251
E= Modal sendiri	0,066	3,25	0,214
F= Bahan baku mudah didapatkan	0,074	3,25	0,240
Kelemahan (Weaknees)			
G= Tidak memiliki sistem manajemen pemasaran	0,055	1,25	0,068
H= Sedikitnya variasi cita rasa produk	0,059	1,5	0,088
I= Minimnya kegiatan promosi	0,061	1,25	0,076
J= Wilayah distribusi masih terbatas	0,062	1,5	0,093
K= Minimnya modal yang dimiliki	0,066	1,5	0,099
L= Tidak menggunakan laporan keuangan secara rapi	0,044	1,5	0,066
M= Kapasitas produksi masih terbatas	0,075	1,75	0,131
N= Tidak adanya riset dan pengembangan produk	0,051	1,75	0,089
O= Tidak menggunakan <i>website</i>	0,051	2	0,102
P= Tidak menggunakan komunikasi telepon	0,051	2	0,102
Total	1,00	37,5	2,377

Sumber : Pengolahan Data

Pada Tabel 4.12 dapat dilihat bahwa berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan matrik IFE diperoleh total skor yang dimiliki *Home Industry* Sinar Hidayah sebesar 2,377. Skor bobot total yang berada dibawah 2,5 mengindikasikan bahwa lemahnya posisi *internal* perusahaan dalam mengatasi kelemahan yang ada dengan kekuatan yang dimilikinya.

**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hasil dari Tabel 4.12 menunjukkan bahwa kekuatan utama perusahaan adalah produk yang berkualitas dan rasanya enak dengan skor 0,284 karena produk yang dihasilkan memiliki kualitas dan rasa yang enak dibandingkan para pesaingnya, baik dari segi ketahanan produk dan cita rasa yang dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi konsumen dan membuat konsumen tersebut memiliki loyalitas yang sangat tinggi terhadap produk perusahaan.

Adapun kelemahan utama yang dimiliki oleh *Home Industry Sinar Hidayah* ini adalah tidak menggunakan laporan keuangan secara rapi dengan skor 0,066. Hal ini menyebabkan kesulitan bagi *Home Industry Sinar Hidayah* ini dalam menghitung keuntungan ataupun kerugian yang dialami oleh perusahaan dan juga menyulitkan perusahaan dalam melihat prospek perkembangan usaha yang ditekuninya.

b. Matrik EFE (*Eksternal Factor Evaluation*)

Analisis matrik EFE merupakan hasil dari identifikasi faktor eksternal berupa peluang (*Opportunities*) dan ancaman (*Treathts*) yang berpengaruh terhadap *Home Industry Sinar Hidayah*. Penentuan nilai dan bobot dengan menggunakan metode *pared comparison*. Penentuan rating diperoleh dari 65 responden yaitu 3 responden merupakan dosen ahli pemasaran dan 62 responden merupakan konsumen yang membeli keripik nenas dan keripik nangka di *Home Industry Sinar Hidayah*. Sedangkan total skor dengan mengalikan bobot dan rating. Hasil rekapitulasi Matrik EFE *Home Industry Sinar Hidayah* dapat dilihat pada Tabel 4.13 berikut.

Tabel 4.13 Hasil Rekapitulasi Matriks EFE *Home Industry* Sinar Hidayah

Faktor Eksternal	Bobot					Rating					Total Skor Rata - Rata
	DAP 1	DAP 2	DAP 3	R. KSM	Rata-rata	DAP 1	DAP 2	DAP 3	R. KSM	Rata-rata	
Peluang											
A	0,088	0,091	0,100	0,086	0,091	4	4	4	3,73	3,84	0,349
B	0,063	0,072	0,058	0,063	0,064	4	4	3	1,41	3,10	0,198
C	0,073	0,068	0,064	0,065	0,067	4	4	3	2,56	3,39	0,227
D	0,063	0,068	0,064	0,066	0,065	3	3	3	1,37	2,59	0,168
E	0,114	0,111	0,100	0,115	0,11	3	3	4	3,38	3,34	0,367
F	0,082	0,088	0,088	0,091	0,086	4	4	4	2,43	3,60	0,309
Ancaman											
G	0,060	0,062	0,067	0,062	0,062	2	2	3	1,90	2,22	0,137
H	0,069	0,062	0,077	0,067	0,068	3	3	3	1,72	2,68	0,182
I	0,057	0,052	0,055	0,052	0,054	2	2	3	1,69	2,17	0,117
J	0,076	0,072	0,071	0,074	0,073	3	3	3	1,96	2,74	0,200
K	0,079	0,075	0,087	0,078	0,079	3	3	3	2,16	2,79	0,220
L	0,085	0,078	0,080	0,081	0,081	3	3	3	2,41	2,85	0,230
M	0,085	0,095	0,087	0,088	0,088	3	3	3	2,53	2,88	0,253
Total				1,00							2,957

Sumber: pengolahan data kuesioner

Tabel 4.14 Hasil Analisis Matrik EFE *Home Industry* Sinar Hidayah

Faktor eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang (Opportunities)			
A= Bertambahnya populasi penduduk	0,091	3,84	0,349
B= Perkembangan dunia internet	0,064	3,10	0,198
C= Ketersediaan bahan baku yang melimpah	0,067	3,39	0,227
D= Banyak agen distributor	0,065	2,59	0,168
E= Tingginya loyalitas konsumen terhadap produk perusahaan	0,11	3,34	0,367
F= Pangsa pasar masih luas	0,086	3,60	0,309
Ancaman (treathts)			
G= Kenaikan harga bahan bakar minyak	0,062	2,22	0,137

Tabel 4.14 Hasil Analisis Matrik EFE *Home Industry* Sinar Hidayah Lanjutan

Faktor eksternal	Bobot	Rating	Skor
ANCAMAN			
H= Di bukanya pasar bebas	0,068	2,68	0,182
I= Fluktuasi Nilai Tukar Rupiah	0,054	2,17	0,117
J= Pola hidup masyarakat yang sudah modern	0,073	2,74	0,200
K=Banyaknya produsen ritel makanan modern	0,079	2,79	0,220
L= Banyaknya produsen ritel makanan tradisional	0,081	2,85	0,230
M=Banyaknya produk substitusi atau pengganti	0,088	2,88	0,253
Total	1,00	38,19	2,957

Sumber : Pengolahan Data 2016

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan matrik EFE diperoleh total skor yang dimiliki oleh *Home Industry* Sinar Hidayah sebesar 2,957. Skor bobot total yang berada diatas 2,5 mengindikasi bahwa perusahaan mampu merespon dengan baik faktor *eksternal* dengan memanfaatkan peluang yang ada untuk mengatasi ancaman.

Peluang utama yang dimiliki oleh perusahaan adalah tingginya loyalitas konsumen terhadap produk perusahaan dengan skor 0,367. Selama ini konsumen lebih merasa puas terhadap produk keripik nenas dan keripik nangka yang dihasilkan oleh *Home Industry* Sinar Hidayah ini dibandingkan dengan produk keripik nenas dan keripik nangka dari para pesaingnya. Karena keripik nenas dan keripik nangka yang diproduksi oleh perusahaan ini memiliki kualitas dan rasa yang lebih baik serta harga yang memiliki selisih yang tidak begitu jauh terhadap harga yang ditawarkan oleh para pesaingnya. Hal ini membuat para konsumen atau pembeli memiliki loyalitas yang tinggi cenderung menjadi pelanggan tetap serta menjadi media promosi bagi perusahaan melalui media dari mulut- ke mulut untuk menarik konsumen lain untuk membeli produk di perusahaan yang akan meningkatkan penjualan.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ancaman utama dari *Home Industry* Sinar Hidayah ini adalah banyaknya produk substitusi dengan skor 0,253. Sebagai perusahaan yang memproduksi produk berupa makanan, tentunya sudah pasti banyak produk pengganti atau substitusi yang memiliki manfaat yang sama yang dapat menggantikan produk yang dihasilkan oleh *Home Industry* Sinar Hidayah ini, meskipun produk pengganti tersebut memiliki karakteristik yang berbeda dengan produk yang dihasilkan oleh *home Industry* Sinar Hidayah ini.

4.6 Perumusan dan Penetapan Alternatif Strategi *Home Industry* Sinar Hidayah

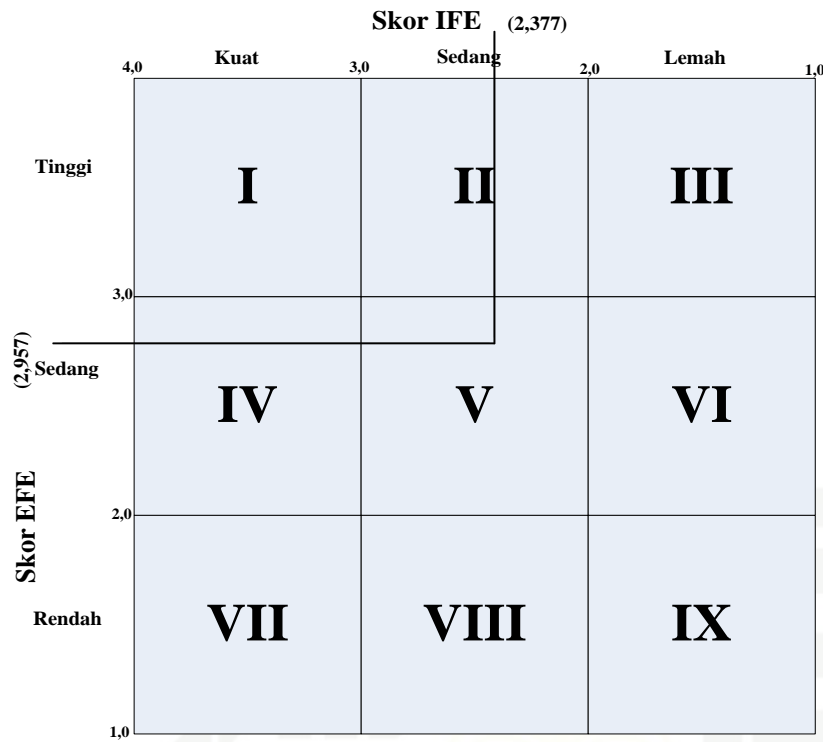
4.6.1 Matrik IE (*Internal – Eksternal*)

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari matrik IFE dan matrik EFE maka dapat disusun selanjutnya dalam matrik internal – eksternal atau matrik IE. Matrik IE digunakan untuk menganalisis posisi perusahaan secara lebih detail dan melihat strategi apa yang tepat untuk diterapkan oleh perusahaan. Hasil dari penilaian matrik IE untuk *Home Industry* Sinar Hidayah dapat dilihat pada Gambar 4.6. Nilai rata - rata IFE sebesar 2,337 dan rata - rata EFE sebesar 2,957 menunjukkan posisi *Home Industry* Sinar Hidayah berada pada kuadran V. pada posisi ini strategi yang tepat untuk digunakan adalah strategi menjaga dan mempertahankan. Strategi yang dapat diterapkan oleh *Home Industry* Sinar Hidayah adalah strategi penetrasi pasar, pengembangan pasar dan produk.

Strategi penetrasi pasar dilakukan untuk mengatasi perkembangan pasar dengan meningkatkan pangsa pasar produk yang sudah ada. Peningkatan pangsa pasar produk ini dapat dilakukan dengan lebih gencar melakukan promosi, memperluas wilayah pemasaran dan distribusi, menyelaraskan harga dengan pesaing yang ada, menjalin kerja sama dengan agen distribusi, menitipkan produk ke toko - toko dan swalayan yang memiliki tempat yang strategis, menciptakan inovasi produk yang baru dan tetap menjaga atau lebih meningkatkan kualitas produk keripik nenas dan keripik nangka yang sudah ada.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 4.6. Hasil Matrik IE *Home Industry* Sinar Hidayah

Alternatif strategi yang dihasilkan pada matrik IE adalah merupakan strategi umum yang tidak memiliki implementasi strategi yang lebih teknis pada tingkat perusahaan. Terlihat pada Gambar 4.6 posisi perusahaan berada pada kuadran V, yang berarti dapat diatasi oleh perusahaan dengan cara melalui strategi menjaga dan mempertahankan. Penetrasi pasar dan pengembangan produk adalah dua strategi yang paling banyak digunakan dalam jenis divisi ini.

4.7 Analisis Matrik SWOT

Berdasarkan analisis faktor internal dan eksternal perusahaan, maka dapat disusun beberapa alternatif strategi berdasarkan analisis matrik SWOT. Hasil dari analisis matrik SWOT pada *Home Industry* Sinar Hidayah dapat dilihat pada Tabel 4.15 sebagai berikut:



Tabel 4.15 Matrik SWOT Pada *Home Industry* Sinar Hidayah

<p><i>Faktor Internal</i></p>	<p>Kekuatan (Strenghts)/S</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Produk berkualitas dan rasanya enak 2. Harga dipasar bersaing 3. Produk tanpa bahan pengawet makanan 4. Lokasi perusahaan strategis 5. Modal sendiri 6. Bahan baku mudah didapatkan 	<p>Kelemahan (Weaknesses)/ W</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak memiliki sistem manajemen perusahaan 2. Sedikitnya variasi cita rasa produk 3. Minimnya kegiatan promosi 4. Wilayah distribusi masih terbatas 5. Minimnya modal yang dimiliki 6. Tidak menggunakan laporan keuangan secara rapi 7. Kapasitas produksi masih terbatas 8. Tidak adanya riset dan pengembangan produk 9. Tidak menggunakan website 10. Tidak menggunakan komunikasi telepon
	<p><i>Faktor Eksternal</i></p>	
<p>Peluang (Opportunities)/O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Bertambahnya populasi penduduk 2. Perkembangan dunia internet 3. Ketersediaan bahan baku yang melimpah 4. Banyak agen distributor 5. Tingginya loyalitas konsumen terhadap produk perusahaan 6. Pangsa pasar masih luas 	<p>Strategi SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan harga dan meningkatkan kualitas produk untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen. 2. Menjalin kerjasama dengan agen distributor yang potensial untuk menambah pangsa pasar. 3. Memanfaatkan lokasi yang strategis untuk menarik pelanggan yang potensial. 	<p>Strategi WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjalankan sistem manajemen organisasi internal perusahaan. 2. Membangun atau menyewa kios ditempat- tempat yang lebih strategis.
<p>Ancaman (Treathts)/ T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kenaikan harga bahan bakar minyak 2. Dibukanya pasar bebas 3. Fluktuasi nilai tukar rupiah 4. Pola hidup masyarakat yang sudah modern 5. Banyaknya produsen ritel makanan modern 6. Banyaknya produsen ritel makanan tradisional 7. Banyaknya produk substitusi 	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menciptakan produk dengan bentuk dan cita rasa yang baru. 	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan kegiatan promosi dan iklan untuk menarik pelanggan potensial dan memperluas daerah pemasaran. 2. Membangun dan mengembangkan usaha patungan (<i>Joint Venture</i>) dengan pihak yang menyediakan modal dan bahan baku untuk meningkatkan kapasitas produksi.

Sumber : data Primer diolah, 2016

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Strategi S- O (*Strenghts- Opportunities*)

Strategi ini adalah untuk memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar - besarnya. Strategi yang dapat digunakan yaitu pertama, mempertahankan harga yang selama ini telah ditetapkan kepada konsumen dengan tetap selalu meningkatkan kualitas produk untuk meningkatkan dan menjaga kepuasan dan loyalitas konsumen. Kedua, menjalin kerja sama dengan agen distributor yang potensial untuk memperluas wilayah pemasaran atau pendistribusian produk, sehingga akan menambah pangsa pasar. Ketiga, memanfaatkan lokasi yang strategis untuk mempermudah kegiatan pemasaran, pendistribusian, dan promosi produk untuk menarik pelanggan yang potensial, mengingat masih luasnya pangsa pasar yang ada.

2. Strategi S- T (*Strenghts- Treathts*)

Strategi ini adalah untuk menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi yang dapat digunakan yaitu dengan menciptakan suatu inovasi produk yang baru dengan menciptakan suatu kreasi bentuk dan cita rasa baru untuk menambah konsumen baru sehingga dapat meningkatkan produksi dan penjualan produk.

3. Strategi W- O (*Weaknesses- Opportunities*)

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi yang dapat digunakan yaitu menjalankan sistem manajemen organisasi perusahaan untuk mempermudah dalam perencanaan, pengorganisasian, dan pengontrolan kegiatan operasional perusahaan yang sangat berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan dan perkembangan dunia usaha yang semakin modern. Selain itu membangun atau menyewa sebuah kios di tempat - tempat yang strategis seperti dipinggir jalan raya utama kota dan di tempat - tempat wisata. Hal ini perlu dilakukan untuk mempermudah melakukan promosi, dan pendistribusian produk dalam rangka meningkatkan penjualan dan memperluas wilayah pemasaran.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Strategi W- T (*Weaknesses- Treathts*)

Strategi ini didasarkan pada kegiatan perusahaan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Strategi yang dapat dilakukan yaitu pertama, meningkatkan kegiatan promosi dengan metode yang lebih efektif dan efisien seperti brosur, spanduk, atau papan reklame serta menginformasikan melalui internet untuk lebih memperkenalkan produk yang dihasilkan kepada masyarakat untuk menarik pelanggan yang potensial dan memperluas daerah pemasaran serta meningkatkan volume penjualan. Kedua, membangun dan mengembangkan usaha patungan (*Joint Venture*) dengan pihak yang menyediakan modal dan bahan baku untuk meningkatkan kapasitas produksi, memenuhi kebutuhan modal yang masih terbatas, terutama untuk penambahan sarana dan prasarana serta riset dan pengembangan produk.

4.8 QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*)

Tahap terakhir dalam perumusan alternatif strategi setelah sebelumnya memilih beberapa alternatif strategi adalah yaitu melakukan pengambilan keputusan untuk memilih strategi apa yang paling tepat untuk digunakan oleh perusahaan yaitu dengan menggunakan matrik *Quantitative Strategic Planning Matrix*(QSPM). Matrik QSPM digunakan untuk meringkas dan mengevaluasi berbagai alternatif strategi secara objektif berdasarkan faktor *internal* dan *eksternal* perusahaan yang sudah diidentifikasi sebelumnya. QSPM diperoleh dari hasil perhitungan dengan mengalikan rata - rata bobot dari masing- masing identifikasi lingkungan *internal* dan *eksternal* perusahaan dengan nilai daya tarik (TAS). Matrik ini akan menghasilkan tindakan - tindakan strategi alternatif yang dapat dilaksanakan oleh *Home Industry* Sinar Hidayah. Pilihan alternatif strategi dari matrik SWOT yang dapat dipilih yaitu dapat dilihat pada tabel 4.16 sebagai berikut:

Tabel 4.16 Alternatif Strategi Dari Hasil Analisis Matrik SWOT

NO	ALTERATIF STRATEGI	NO	ALTERATIF STRATEGI
1	Mempertahankan harga dan meningkatkan kualitas produk untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen	5	Menjalankan sistem manajemen organisasi internal perusahaan.
2	Menjalin kerjasama dengan agen distributor yang potensial untuk menambah pangsa pasar.	6	Membangun atau menyewa kios ditempat-tempat yang lebih strategis.
3	Memfaatkan lokasi yang strategis untuk menarik pelanggan yang potensial.	7	Melakukan kegiatan promosi dan iklan untuk menarik pelanggan potensial dan memperluas daerah pemasaran.
4	Menciptakan produk dengan bentuk dan cita rasa yang baru.	8	Membangun dan mengembangkan usaha patungan (<i>Joint Venture</i>) dengan pihak yang menyediakan modal dan bahan baku untuk meningkatkan kapasitas produksi.

Sumber: Pegolahan Data, 2016.

Tabel 4.6 merupakan alternatif - alternatif strategi yang dapat dipilih oleh perusahaan *Home Industry* Sinar Hidayah. Alternatif - alternatif strategi ini didapat dengan menganalisa faktor - faktor *internal* perusahaan dan faktor - faktor eksternal perusahaan. Yang meliputi kekuatan dan kelemahan perusahaan serta peluang dan ancaman yang dimiliki oleh perusahaan. Yang telah diaalisis dengan menggunakan matrik SWOT.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Tabel 4.17 Hasil Pengisian Kuesioner QSPM untuk menentukan *attractive Score*

Faktor Strategis	Responden				Rata-rata	Faktor Strategis	Responden				Rata-rata
	PP	K1	K2	K3			PP	K1	K2	K3	
Kekuatan						Kekuatan					
A	4	4	4	4	4	A	3	3	3	3	3
B	3	3	3	3	3	B	2	2	2	3	2,25
C	3	3	2	2	2,5	C	1	1	2	2	1,5
D	3	3	3	4	3,25	D	4	2	2	2	2,5
E	4	3	4	3	3,5	E	3	3	3	3	3
F	4	3	3	4	3,5	F	3	4	3	4	3,5
Kelemahan						Kelemahan					
G	2	2	2	2	2	G	1	1	2	2	1,5
H	4	3	3	4	3,5	H	3	3	3	3	3
I	2	2	2	2	2	I	4	2	2	4	3
J	3	3	3	3	3	J	4	3	4	3	3,5
K	4	4	4	4	4	K	3	3	3	3	3
L	2	2	2	2	2	L	1	2	1	1	1,25
M	2	2	3	3	2,5	M	4	3	3	3	3,25
N	3	3	3	3	3	N	1	1	1	1	1
O	1	1	1	1	1	O	2	2	1	1	1,5
P	1	2	1	1	1,25	P	3	3	3	3	3
Peluang						Peluang					
A	4	3	4	4	3,75	A	4	3	3	3	3,25
B	2	3	3	2	2,5	B	1	3	4	3	2,75
C	3	3	3	3	3	C	3	3	2	3	2,75
D	2	3	2	2	2,25	D	4	2	2	2	2,5
E	4	4	4	4	4	E	2	3	2	3	2,5
F	3	3	3	3	3	F	4	3	4	3	3,5
Ancaman						Ancaman					
G	4	2	4	2	3	G	3	3	2	2	2,5
H	4	3	4	3	3,5	H	4	3	3	3	3,25
I	3	2	2	3	2,5	I	2	1	1	2	1,5
J	4	4	4	4	4	J	2	1	1	1	1,5
K	4	3	3	3	3,25	K	2	2	2	2	2
L	3	3	3	3	3	L	3	4	3	4	3,5
M	4	2	3	2	2,75	M	4	2	3	2	2,75

Sumber: Pengolahan data kuesioner QSPM

Tabel 4.18 Hasil Pengisian Kuesioner QSPM untuk menentukan *attractive Score*
Strategi 3 **Strategi 4**

Faktor Strategis	Responden				Rata-rata	Faktor Strategis	Responden				Rata-rata
	PP	K1	K2	K3			PP	K1	K2	K3	
Kekuatan						Kekuatan					
A	3	3	3	3	3	A	4	4	4	4	4
B	1	1	2	1	1,25	B	3	3	3	3	3
C	1	2	2	2	1,75	C	4	3	2	3	3
D	4	4	4	4	4	D	1	1	1	2	1,25
E	2	2	2	2	2	E	2	2	2	1	1,75
F	2	3	2	3	2,5	F	4	3	4	4	3,75
Kelemahan						Kelemahan					
G	2	2	3	2	2,25	G	2	2	3	3	2,5
H	1	2	1	1	1,25	H	4	4	3	3	3,5
I	3	2	4	2	2,75	I	1	2	1	1	1,25
J	3	3	3	2	2,75	J	2	2	2	3	2,25
K	1	3	2	3	2,25	K	2	2	2	2	2
L	1	1	1	2	1,25	L	1	2	2	1	1,5
M	2	2	2	2	2	M	3	2	3	3	2,75
N	1	2	1	2	1,5	N	4	4	4	4	4
O	1	1	1	1	1	O	2	2	2	2	2
P	3	3	3	3	3	P	1	2	2	1	1,5
Peluang						Peluang					
A	4	4	4	4	4	A	3	3	3	3	3
B	2	2	2	2	2	B	2	2	2	2	2
C	1	2	1	1	1,25	C	4	2	3	2	2,75
D	1	3	1	1	1,5	D	2	3	2	2	2,25
E	3	3	3	3	3	E	4	3	3	3	3,25
F	2	3	2	3	2,5	F	2	4	3	4	3,25
Ancaman						Ancaman					
G	3	3	3	3	3	G	1	1	1	1	1
H	4	3	4	3	3,5	H	2	2	2	2	2
I	2	2	2	2	2	I	4	4	3	3	3,5
J	3	3	3	2	2,75	J	4	3	3	4	3,5
K	2	2	2	2	2	K	3	3	3	3	3
L	3	2	3	2	2,5	L	4	3	3	3	3,25
M	4	3	3	3	3,25	M	4	3	4	3	3,5

Sumber: Pengolahan data kuesioner QSPM

Tabel 4.19 Hasil Pengisian Kuesioner QSPM untuk menentukan *attractive Score*
Strategi 5 **Strategi 6**

Faktor Strategis	Responden				Rata-rata	Faktor Strategis	Responden				Rata-rata
	PP	K1	K2	K3			PP	K1	K2	K3	
Kekuatan						Kekuatan					
A	1	2	1	2	1,5	A	2	3	2	3	2,5
B	1	1	2	2	1,5	B	3	2	2	3	2,5
C	1	3	1	3	2	C	2	2	2	2	2
D	2	3	2	3	2,5	D	3	4	4	3	3,5
E	3	2	2	2	2,25	E	2	3	3	2	2,5
F	2	3	3	2	2,5	F	2	2	2	2	2
Kelemahan						Kelemahan					
G	3	3	3	3	3	G	3	2	2	2	2,25
H	1	3	4	1	2,25	H	1	4	4	1	2,5
I	1	2	2	1	1,5	I	4	4	4	4	4
J	2	2	1	3	2	J	4	3	3	3	3,25
K	1	2	2	2	1,75	K	1	2	2	1	1,5
L	3	3	2	3	2,75	L	1	1	2	2	1,5
M	2	3	2	3	2,5	M	1	3	1	2	1,75
N	3	4	3	4	3,5	N	2	2	2	2	2
O	2	2	3	3	2,5	O	2	2	1	2	1,75
P	2	2	2	2	2	P	2	2	2	2	2
Peluang						Peluang					
A	2	2	2	2	2	A	3	2	2	2	2,25
B	1	2	2	1	1,5	B	1	3	1	3	2
C	1	1	2	1	1,25	C	2	4	2	4	3
D	3	3	3	3	3	D	1	3	1	2	1,75
E	1	2	3	2	2	E	4	2	4	3	3,75
F	2	3	2	3	2,5	F	4	3	3	3	3,25
Ancaman						Ancaman					
G	2	2	2	2	2	G	2	4	4	2	3
H	4	3	3	2	3	H	3	4	3	4	3,5
I	2	2	2	4	2,5	I	3	3	3	3	3
J	1	2	1	2	1,5	J	2	3	2	3	2,5
K	2	2	2	3	2,25	K	2	3	2	2	2,25
L	3	3	2	2	2,5	L	1	1	2	2	1,5
M	2	2	3	3	2,5	M	4	3	4	4	3,75

Sumber: Pengolahan data kuesioner QSPM

Tabel 4.20 Hasil Pengisian Kuesioner QSPM untuk menentukan *attractive Score*
Strategi 7 **Strategi 8**

Faktor Strategis	Responden				Rata-rata	Faktor Strategis	Responden				Rata-rata
	PP	K1	K2	K3			PP	K1	K2	K3	
Kekuatan						Kekuatan					
A	3	4	3	3	3,25	A	4	2	2	2	2,5
B	3	3	3	3	3	B	4	3	3	4	3,5
C	2	3	2	3	2,5	C	1	1	4	3	2,25
D	3	4	3	3	3,25	D	4	4	4	4	4
E	3	2	2	2	2,25	E	3	3	3	3	3
F	2	2	2	2	2	F	3	2	2	2	2,25
Kelemahan						Kelemahan					
G	4	3	3	3	3,25	G	2	2	3	2	2,25
H	4	2	2	2	2,5	H	4	3	4	4	3,75
I	4	4	4	4	4	I	4	2	2	4	3
J	4	3	4	3	3,5	J	3	3	3	3	3
K	2	4	2	2	2,5	K	4	4	4	4	4
L	1	1	1	1	1	L	2	2	1	1	1,5
M	2	2	2	2	2	M	4	4	4	4	4
N	1	2	1	2	1,5	N	2	3	2	3	2,5
O	2	2	2	3	2,25	O	2	2	2	2	2
P	2	2	2	2	2	P	2	2	2	2	2
Peluang						Peluang					
A	4	3	3	4	3,5	A	4	4	4	4	4
B	3	3	3	3	3	B	1	2	2	1	1,5
C	1	1	2	1	1,25	C	4	4	4	4	4
D	2	2	1	1	1,75	D	3	2	2	3	2,5
E	4	4	4	4	4	E	2	3	2	2	2,25
F	3	3	4	3	3,25	F	4	3	2	4	3,25
Ancaman						Ancaman					
G	2	2	2	2	2	G	2	2	2	2	2
H	2	3	2	3	2,5	H	3	2	2	3	2,5
I	1	1	1	1	1	I	1	1	2	2	1,5
J	3	3	3	3	3	J	3	2	3	2	2,5
K	2	3	3	3	2,75	K	4	3	4	3	3,5
L	3	3	3	3	3	L	3	3	3	3	3
M	4	4	4	4	4	M	4	4	4	4	4

Sumber: Pengolahan data kuesioner QSPM

Tabel 4.22 Peringkat Alternatif Strategi Pemasaran *Home Industry* Sinar Hidayah

No	Alternatif Strategi	Skor TAS	Peringkat
1	Mempertahankan harga dan meningkatkan kualitas produk untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen	5,935	1
2	Menjalin kerjasama dengan agen distributor yang potensial untuk menambah pangsa pasar.	5,141	2
3	Memanfaatkan lokasi yang strategis untuk menarik pelanggan yang potensial.	4,751	7
4	Menciptakan produk dengan bentuk dan cita rasa yang baru.	5,297	4
5	Menjalankan sistem manajemen organisasi internal perusahaan.	4,339	8
6	Membangun atau menyewa kios ditempat- tempat yang lebih strategis.	5,056	6
7	Melakukan kegiatan promosi dan iklan untuk menarik pelanggan potensial dan memperluas daerah pemasaran.	5,377	3
8	Membangun dan mengembangkan usaha patungan (<i>Joint Venture</i>) dengan pihak yang menyediakan modal dan bahan baku untuk meningkatkan kapasitas produksi.	5,704	2

Sumber : Pengolahan data QSPM

Berdasarkan hasil perhitungan TAS, Alternatif strategi yang paling diminati dan diprioritaskan untuk dilakukan oleh perusahaan yaitu mempertahankan harga dan meningkatkan kualitas produk untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen dengan skor TAS sebesar (5,935). Alternatif strategi tersebut lebih diprioritaskan oleh perusahaan dikarenakan selama ini

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tingginya tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen terhadap produk perusahaan yang memiliki harga yang bersaing dengan kualitas produk lebih terjamin dibandingkan produk dari *Home Industry* lain. Selain itu kepuasan dan loyalitas konsumen tersebut menjadi suatu media promosi paling efektif yang dimiliki oleh perusahaan untuk menarik konsumen lain agar mau membeli produk di *Home Industry* tersebut melalui media mulut ke mulut, mengingat masih minimnya kegiatan promosi perusahaan melalui media lain.

Alternatif strategi yang paling tidak diminati yaitu menjalankan sistem manajemen organisasi internal perusahaan dengan skor TAS sebesar (4,339). Alternatif strategi ini tidak diminati oleh pemilik mengingat usaha yang dijalankan adalah jenis usaha mikro yang dapat mereka jalankan sendiri tanpa menggunakan sistem manajemen perusahaan dan sampai saat ini usaha tersebut masih dapat bertahan, meskipun pada dasarnya semua usaha mikro ataupun makro perlu adanya penerapan sistem manajemen perusahaan untuk mengatur suatu perencanaan, penyusunan, pengarahan, dan pengawasan suatu usaha untuk kedepannya.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.