

**PERENCANAAN STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN
METODE SOAR DAN *ANALYTICAL HIERARCY PROCESS*
(AHP) PADA *HOME INDUSTRY* AMPLANG UDANG ASKA**

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Teknik Pada
Jurusan Teknik Industri

Oleh :

TIRTA EMELIA
11752200117



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.

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.

LEMBAR PERSETUJUAN

**PERENCANAAN STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN METODE
SOAR DAN ANALYTICAL HIERARCY PROCESS (AHP) PADA HOME
INDUSTRY AMPLANG UDANG ASKA**

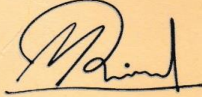
TUGAS AKHIR

Oleh :

TIRTA EMELIA
11752200117

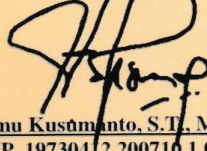
Telah diperiksa dan disetujui sebagai laporan tugas akhir
di Pekanbaru, pada tanggal 5 Juli 2021

Pembimbing I



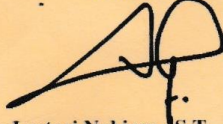
Muhammad Rizki, S.T., M.T., M.BA
NIP. 19870708 201903 1 014

Pembimbing II



Ismu Kusumanto, S.T., M.T
NIP. 19730412 200710 1 002

Ketua Jurusan



Fitra Lestari Nohirza, S.T., M.Eng., Ph.D
NIP. 19850616 201101 1 016

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.

LEMBAR PENGESAHAN

**PERENCANAAN STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN METODE
SOAR DAN ANALYTICAL HIERARCY PROCESS (AHP) PADA HOME
INDUSTRY AMPLANG UDANG ASKA**

TUGAS AKHIR


Oleh:

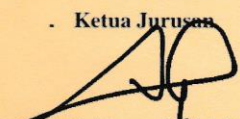
TIRTA EMELIA
11752200117

Telah dipertahankan di depan sidang dewan penguji
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik
Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
di Pekanbaru, pada tanggal 24 Juni 2021

Pekanbaru, 5 Juli 2021

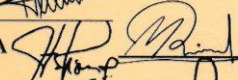
Mengesahkan,

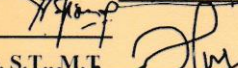

Dekan
Dr. Hartono, M.Pd
NIP. 19640301 199203 1 003

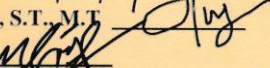

Ketua Jurusan
Fitra Lestari Nohirza., S.T., M.Eng., Ph.D
NIP. 19850616 201101 1 016

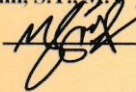
DEWAN PENGUJI :

Ketua : Ahmad Mas'ari, SH.L., MA.HK 

Sekretaris I : Muhammad Rizki, S.T., M.T., M.BA 

Sekretaris II : Ismu Kusumanto, S.T., M.T 

Anggota I : Muhammad Isnaini Hadiyah Umam, S.T., M.T 

Anggota II : Muhammad Nur, S.T., M.Si 



LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL

© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau

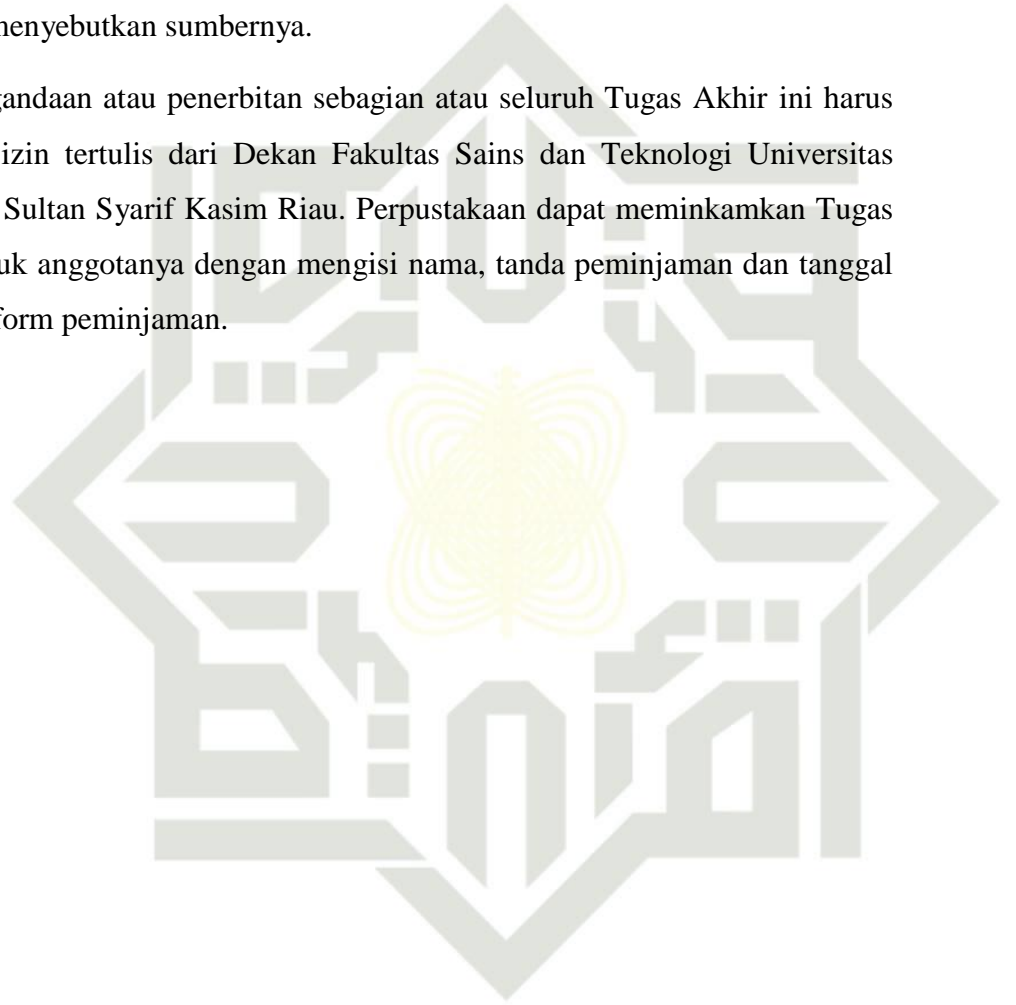
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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

Tugas Akhir yang tidak diterbitkan ini terdaftar dan tersedia di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau adalah terbuka untuk umum, dengan ketentuan bahwa hak cipta ada pada penulis. Referensi perpustakaan diperkenankan dicatat, tetapi pengutipan atau ringkasan hanya dapat dilakukan atas izin penulis dan harus dilakukan mengikut kaedah dan kebiasaan ilmiah serta menyebutkan sumbernya.

Penggandaan atau penerbitan sebagian atau seluruh Tugas Akhir ini harus memperoleh izin tertulis dari Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Perpustakaan dapat meminkamkan Tugas Akhir ini untuk anggotanya dengan mengisi nama, tanda peminjaman dan tanggal pinjam pada form peminjaman.



UIN SUSKA RIAU



LEMBAR PERNYATAAN

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan didalam daftar pustaka.

Pekanbaru, 24 Juli 2021
Yang membuat pernyataan,

TIRTA EMELIA
11752200117

UIN SUSKA RIAU



LEMBAR PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT. Tebauran cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikan ku kekuatan, membekali ku dengan ilmu serta memperkenalkan ku dengan cinta.

Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan, akhirnya skripsi ini dapat selesai dengan baik dan di waktu yang tepat. Shalawat serta salam selalu terlimpahkan keharibaan Rasulullah Muhammad SAW.

Ku persembahkan karya ini kepada orang yang sangat ku kasahi dan ku sayangi.

Orang Tua Tercinta

Sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terimakasih yang tiada terhingga ku persembahkan karya ini kepada Mamak (Suryani), Bapak (Faisal), serta Mak neng (Rudiyanti) dan Bapak (Arifin) yang telah memberikan kasih sayang, dukungan, ridho, dan cinta kasih yang tiasa terhingga yang tidak mungkin dapat kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Mamak dan Bapak bahagia dan bangga, karena aku sadar bahwa selama ini belum bisa berbuat lebih. Untuk Mamak dan Bapak yang selalu membuat ku termotivasi dan selalu mendoakanku, selalu menasehatiku serta selalu meridhoiku untuk melakukan hal yang lebih baik.

Terimakasih Mamak, ... Terimakasih Bapak, ...

Adik-adik serta Keluarga ku

Sebagai tanda terimakasih, aku persembahkan karya ini untuk Kakek dan Nenek Ku (Pak Mular dan Mak Puang Intang), adik-adik ku (Hamim, Isti, Azira, Ilham dan Aldi) serta untuk Om Saide, Om Udang, Om Oki, Om Aseng, dan Tante Jusma. Terimakasih telah memberikan semangat dan inspirasi untuk ku dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Semoga doa dan semua hal yang terbaik yang Kalian berikan menjadikan ku orang yang baik pula

Terimakasih.

Teman-teman Seperjuangan

Untuk sahabat-sahabat ku (Mbak pipit, Teteh Silfia, Dila, Dian, Guyen, Ambar, Rina, Dea, Kakak Isna, Inur, Mak Indah, dan Vikha) yang selalu memberikan motivasi, nasihat, dukungan moral dan material yang selalu membuatku semangat untuk menyelesaikan Skripsi ini.. Terimakasih...

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.



PERENCANAAN STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN METODE SOAR DAN ANALYTICAL HIERARCY PROCESS (AHP) PADA HOME INDUSTRY AMPLANG UDANG ASKA

TIRTA EMELIA
11752200117

Teknik Industri
Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam
Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Jl. Soebrantas
No.155 Pekanbaru

ABSTRAK

Home Industry Amplang Udang Aska merupakan salah satu usaha bisnis yang bergerak di bidang industri makanan olahan udang. Dalam menjalankan usaha ini, terdapat permasalahan yaitu penurunan tingkat penjualan. Dimana hal ini disebabkan oleh faktor *internal* dan *external*, seperti cara pemasaran yang sederhana dengan hanya menitipkan hasil produksi di warung-warung sekitar pelabuhan Tembilahan, promosi hanya dilakukan dengan cara dari mulut ke mulut, dan juga faktor persaingan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi pemasaran Amplang Udang Aska dengan analisis matrik SOAR dan untuk mengetahui strategi pemasaran yang akan digunakan berdasarkan perhitungan metode AHP. Berdasarkan analisis yang dilakukan, didapat hasil matriks IE berada pada sel I yang disebut dengan strategi tumbuh dan membangun. Matriks SOAR menghasilkan 4 alternatif strategi yaitu strategi SA, OA, SR, dan OR. Berdasarkan perhitungan yang dilakukan dengan menggunakan metode AHP, alternatif strategi yang terpilih yaitu strategi SR dengan nilai prioritas 0,62.

Kata Kunci : AHP, SOAR, Strategi pemasaran

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 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.

MARKETING STRATEGY PLANNING USING SOAR METHOD AND ANALYTICAL HIERARCY PROCESS (AHP) IN THE HOME INDUSTRY AMPLANG UDANG ASKA

TIRTA EMELIA
11752200117

Industrial Engineering Department
 Faculty of Science and Technology
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
 Soebrantas Street No.155 Pekanbaru

ABSTRACT

Home Industry Amplang Udang Aska is one of the businesses engaged in the shrimp processed food industry. In running this business, there is a problem, namely the decline in sales. Where this is caused by internal and external factors, such as a simple marketing method by only leaving the produce in stalls around in the Tembilahan port, promotion is only done by word of mouth, and also the competition factor. The purpose of this research is to find out what factors influence the marketing of Amplang Udang Aska with SOAR matrix analysis and to determine the marketing strategy that will be used based on the calculation of the AHP method. Based on the analysis carried out, the results obtained that the IE matrix is in cell I which is called the growth and development strategy. The SOAR matrix produces 4 alternative strategies, namely SA, OA, SR, and OR strategies. Based on the calculations performed using the AHP method, the chosen alternative strategy is the SR strategy with a priority value of 0.62.

Keywords : AHP, Marketing strategy, SOAR

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum wr.wb

Puji syukur kepada Allah S.W.T atas segala rahmat, karunia serta hidayahnya, sehingga Penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir dengan judul **“Perencanaan Strategi Pemasaran Menggunakan Metode SOAR dan Analytical Hierarchy Process pada Home Industry Amplang Udang Aska”** sesuai dengan waktu yang ditetapkan. Shalawat dan salam semoga terlimpah kepada Nabi Muhammad S.A.W.

Laporan ini diajukan sebagai salah satu syarat dalam meraih gelar Sarjana Teknik di Program Studi Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Selanjutnya dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Dr. Hartono, M.Pd, selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Fitra Lestari Norhiza, ST, M.Eng, Ph.D, selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Ibu Zarnelly, S.Kom., M.Sc, selaku Sekretaris Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Muhammad Isnaini Hadiyul Umam, S.T., M.T., selaku Koordinator Tugas Akhir Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Muhammad Rizki, S.T., M.T., M.BA dan Bapak Ismu Kusumanto, S.T., M.T., selaku dosen pembimbing I dan II Tugas Akhir yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing dan memberikan

petunjuk yang sangat berguna saat penulis menyelesaikan laporan tugas akhir ini.

7. Bapak Suherman, S.T., M.T., selaku Penasehat Akedemis yang telah banyak membimbing, menasehati dan memberikan ilmu pengetahuan bagi penulis selama masa perkuliahan, serta menjadi sosok orang tua pengganti ketika penulis menjadi mahasiswa di Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
8. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan bagi penulis selama masa perkuliahan.
9. Teristimewa Kedua Orang tua penulis, yang telah mendo'akan dan memberikan dukungan, serta motivasi agar penulis dapat sukses dalam menyelesaikan laporan ini dengan baik dan benar.
10. Pihak *Home Industry* Amplang Udang Aska yang telah banyak meluangkan waktu dan membantu pada saat observasi.
11. Keluarga Besar Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau terkhusus IEA2K17 yang memberikan dorongan semangat dan motivasi kepada penulis untuk dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini.

Penulis menyadari dalam penulisan laporan ini masih banyak terdapat kekurangan serta kesalahan, untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis menerima segala saran serta kritik yang bersifat membangun, agar lebih baik dimasa yang akan datang.

Harapan penulis, semoga laporan Tugas Akhir ini dapat berguna bagi penulis sendiri khususnya, serta memberikan hikmah dan ide bagi pembaca pada umumnya. Aamiin.

Wassalamu 'alaikum wr.wb

Pekanbaru, Juli 2021
Penulis,

Tirta Emelia
NIM. 11752200117

- 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.

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAN	iii
LEMBAR HAK ATAS KELAYAKAN INTELEKTUAL	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR RUMUS	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Batasan Masalah	6
1.6 Posisi Penelitian	7
1.7 Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Industri Rumah Tangga (<i>Home Industry</i>)	10
2.2 Konsep Strategi	10
2.3 Definisi Pemasaran	11
2.4 Strategi Pemasaran	11
2.5 Unsur-Unsur Strategi Pemasaran	13

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.

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.

2.5.1	Lingkungan Eksternal	13
2.5.2	Lingkungan Internal	13
2.6	Kuesioner	13
2.7	Populasi dan Sampel	15
2.8	Teknik Pengambilan Sampel	15
2.8.1	<i>Probability Sampling</i>	15
2.8.2	<i>Non Probability Sampling</i>	17
2.9	Skala Pengukuran	19
2.10	Uji Validitas dan Reliabilitas	21
2.10.1	Uji Validitas	22
2.10.2	Uji Reliabilitas	24
2.11	SOAR (<i>Strenght, Opportunities, Aspirations, and Result</i>)	25
2.11.1	Matriks IFE	28
2.11.2	Matriks EFE	28
2.11.3	Matriks IE	28
2.12	<i>Analytical Hierarchy Process (AHP)</i>	29
2.12.1	Prosedur atau Tahapan Metode AHP	30
2.12.2	Kelebihan dan Kelemahan Metode AHP	33
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Studi Pendahuluan	35
3.2	Studi Literatur	35
3.3	Identifikasi Masalah	36
3.4	Rumusan Masalah	36
3.5	Tujuan Penelitian	36
3.6	Penentuan Variabel	36
3.7	Penentuan Populasi dan Sampel	37
3.8	Pembuatan dan Penyebaran Kuesioner	38
3.9	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	39
3.10	Pengumpulan Data	41
3.11	Pengolahan Data	41
3.11.1	SOAR	41

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.

3.11.2	AHP	42
3.12	Analisa	43
3.13	Kesimpulan dan Saran	43
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA		
4.1	Pengumpulan Data	44
4.1.1	Profil <i>Home Industry</i>	44
4.1.2	Data Penjualan <i>Home Industry</i> Amplang Udang Aska	44
4.1.3	Analisis Lingkungan <i>Internal</i>	45
4.1.4	Analisis Lingkungan <i>Eksternal</i>	47
4.1.5	Demografi Sampel Penelitian <i>Home Industry</i> Amplang Udang Aska	48
4.1.5.1	Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
4.1.5.2	Demografi Responden Berdasarkan Status .	50
4.1.5.3	Demografi Responden Berdasarkan Umur .	50
4.1.5.4	Demografi Responden Berdasarkan Pendidikan Tertinggi	52
4.1.5.5	Demografi Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
4.1.6	Uji Validitas dan Uji Realiabilitas	54
4.1.6.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Faktor <i>Internal</i>	54
4.1.6.2	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Faktor <i>Eksternal</i>	55
4.2	Pengolahan Data	56
4.2.1	Identifikasi dan Analisis Faktor <i>Internal</i> dan <i>Eskternal</i> <i>Home Industry</i> Amplang Udang Aska	56
4.2.1.1	Matriks IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>) ..	57
4.2.1.2	Matriks EFE (<i>External Factor Evaluation</i>).	63

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.

4.2.2	Perumusan dan Penetapan Alternatif Strategi di	
	<i>Home Industry</i> Amplang Udang Aska	71
4.2.2.1	Matriks IE (<i>Internal – Eksternal</i>)	71
4.2.3	Analisis Matriks SOAR	73
4.2.4	Pemilihan Alternatif Strategi Menggunakan	
	Metode AHP	75
4.2.4.1	Matriks Perbandingan Berpasangan	75
4.2.4.2	Menghitung Nilai Eigen Vektor	76
4.2.4.3	Memeriksa Konsistensi Hirarki	77
4.2.4.4	Perangkingan Strategi	78

BAB V ANALISA

5.1	Identifikasi dan Analisis Faktor <i>Internal</i> dan Faktor <i>Eksternal</i>	
	Pada <i>Home Industry</i> Amplang Udang Aska	79
5.1.1	Matriks IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>)	79
5.1.2	Matriks EFE (<i>External Factor Evaluation</i>)	82
5.2	Perumusan dan Penetapa Alternatif Strategi Pemasaran	85
5.2.1	Matriks IE (<i>Internal – Eksternal</i>)	85
5.2.2	Matriks SOAR	86
5.3	Pemilihan Alternatif Strategi Menggunakan Metode AHP ...	86
5.3.1	Matriks Perbandingan Berpasangan	86
5.3.2	Nilai Eigen Vektor	87
5.3.3	Konsistensi Hirarki	87
5.3.4	Perangkingan Strategi	87

BAB VI PENUTUP

6.1	Kesimpulan	89
6.2	Saran	90

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Grafik Penjualan Amplang Udang Aska	2
2. Analisa SOAR	26
2.2 Matriks IE	29
2.3 Struktur Hierarki Metode AHP	30
3.1 <i>Flowchart</i> Penelitian	35
4. Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
4.2 Demografi Responden Berdasarkan Status	51
4.3 Demografi Responden Berdasarkan Umur	52
4.4 Demografi Responden Berdasarkan Pendidikan Tertinggi	53
4.5 Demografi Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
4.6 Hasil Matriks IE	73

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.

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Data Penjualan <i>Home Industry</i> Amplang Udang Aska	2
1.2 <i>Benchmarking</i> Amplang Udang	3
1.3 Pesaing <i>Home Industry</i> Amplang Udang Aska	4
1.4 Posisi Penelitian	7
2.1 Skala <i>Likert</i>	20
2.2 Matriks Perbandingan Berpasangan	30
2.3 Skala Perbandingan Berpasangan	31
4.1 Data Penjualan Amplang Udang Aska	45
4.2 Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
4.3 Demografi Responden Berdasarkan Status	51
4.4 Demografi Responden Berdasarkan Umur	51
4.5 Demografi Responden Berdasarkan Pendidikan Tertinggi	53
4.6 Demografi Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
4.7 Validitas Faktor <i>Internal</i>	55
4.8 Reliabilitas Faktor <i>Internal</i>	56
4.9 Validitas Faktor <i>Eksternal</i>	56
4.10 Realiabilitas Faktor <i>Eksternal</i>	56
4.11 Rekapitulasi Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Faktor <i>Eksternal</i>	57
4.12 Rekapitulasi Rating dan Bobot Faktor <i>Internal</i> (Kekuatan)	61
4.13 Rekapitulasi Rating dan Bobot Faktor <i>Internal</i> (Aspirasi)	64
4.14 Rekapitulasi Rating dan Bobot Faktor <i>Eksternal</i> (Kesempatan)	68
4.15 Rekapitulasi Rating dan Bobot Faktor <i>Eksternal</i> (Hasil)	71
4.16 Rekapitulasi Skor Faktor <i>Internal</i> dan Faktor <i>Eksternal</i>	71
4.17 Analisis Matriks SOAR <i>Home Industry</i> Amplang Udang Aska	75
4.18 Matriks Perbandingan Berpasangan Responden 1	76
4.19 Matriks Perbandingan Berpasangan Responden 2	76
4.20 Matriks Perbandingan Berpasangan Responden 3	76

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.

4.21	Matriks Perbandingan Berpasangan Responden 4	77
4.22	Rekapitulasi Matriks Perbandingan Berpasangan	77
4.23	Normalisasi Matriks	77
4.24	Matriks Penjumlahan Setiap Baris	78
4.25	Rasio Konsistensi	78
4.26	Perangkingan	79



- 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.

DAFTAR RUMUS

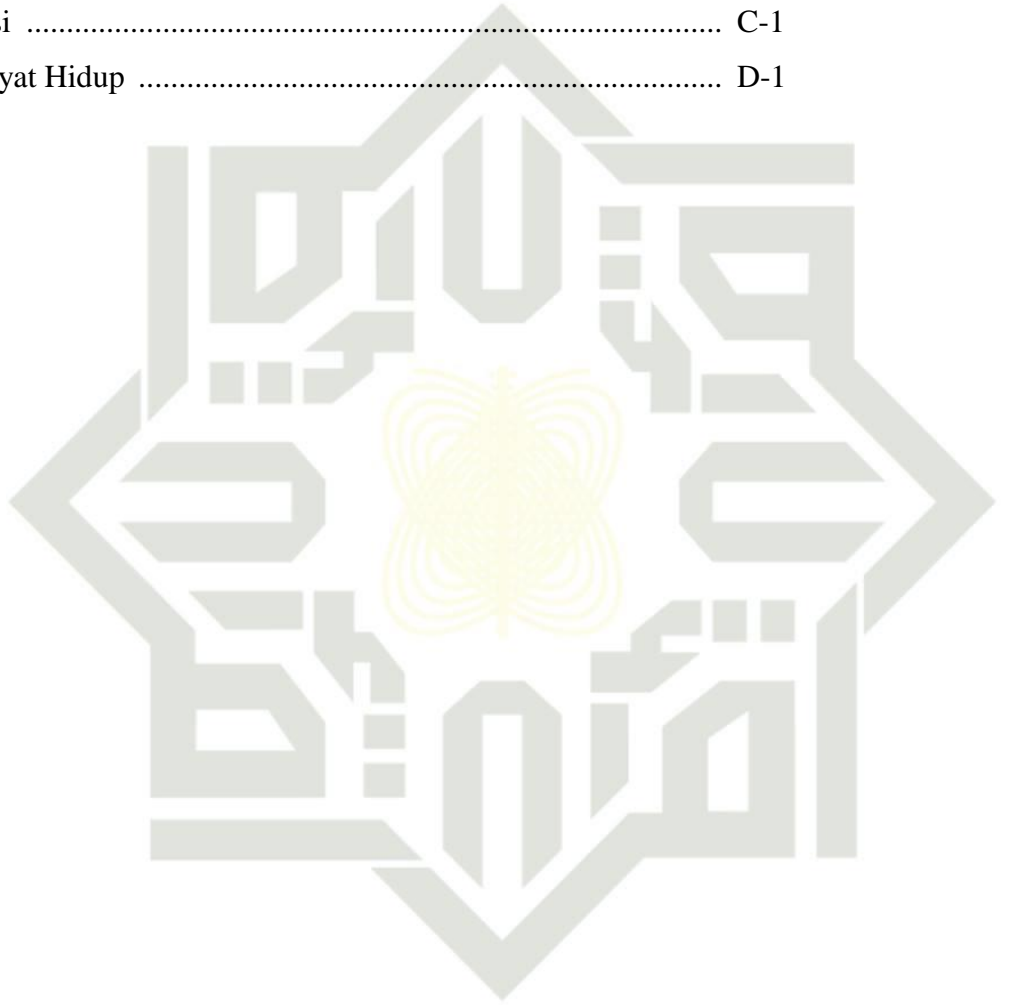
Rumus	Halaman
2.1 <i>Non Probability Sampling</i>	19
2.2 Uji Validitas	23
2.3 Uji Reliabilitas	24
2.4 Rating	28
2.5 Bobot	28
2.6 Vektor Bobot	32
2.7 Penormalan pada Setiap Kolom	32
2.8 Nilai Rata-Rata	32
2.9 Konsistensi Hirarki	32
2.10 Indeks Konsistensi	32
2.11 Rasio Konsistensi	32

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.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
A Kuesioner Penelitian	A-1
B Rekapitulasi Kuesioner Faktor <i>Internal</i> dan Faktor <i>Eksternal</i>	B-1
C Dokumentasi	C-1
D Daftar Riwayat Hidup	D-1



UIN SUSKA RIAU

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.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan dunia bisnis yang semakin ketat dan perkembangan teknologi yang begitu pesat membuat pelaku bisnis harus bisa memantau perkembangan bisnis agar dapat bersaing dan bertahan dipasar. Pelaku bisnis harus lebih aktif dan kreatif untuk menyusun strategi pemasaran agar bisa menghadapi setiap perkembangan yang terjadi dan dapat bersaing dengan pelaku bisnis yang lain sehingga dapat menarik minat konsumen.

Usaha bisnis olahan yang berbahan dasar udang sangat tumbuh dengan pesat di Indragiri Hilir. *Home industry* yang memproduksi amplang udang di Indragiri Hilir sangat banyak sehingga dapat membantu perekonomian masyarakat. Amplang udang juga sangat diminati dipasaran yang biasa dijadikan oleh-oleh khas Indragiri Hilir, sajian saat lebaran, serta cemilan. Jenis usaha amplang udang tidak memiliki modal yang besar tetapi memiliki nilai jual yang ekonomis dan dapat menarik minat konsumen dipasaran. Akan tetapi potensi ini tidak dimanfaatkan dengan baik oleh *home industry* yang memproduksi amplang udang sehingga pelaku usaha belum merasakan dampak yang signifikan dari usaha tersebut.

Amplang Udang Aska merupakan salah satu usaha bisnis yang bergerak di bidang industri makanan olahan udang atau industri rumahan (*home industry*). *Home Industry* Amplang Udang Aska didirikan oleh Ibu Ramlah pada tahun 2016 yang beralamat di jalan Lintas Enok, Seberang Tembilahan, Kabupaten Indragiri Hilir, Riau. Cara pemasaran di *Home Industry* Amplang udang aska masih sangat sederhana yaitu seperti menitipkan hasil produksi di warung-warung yang ada di Tembilahan, dan proses promosi hanya dilakukan dengan promosi dari mulut ke mulut.

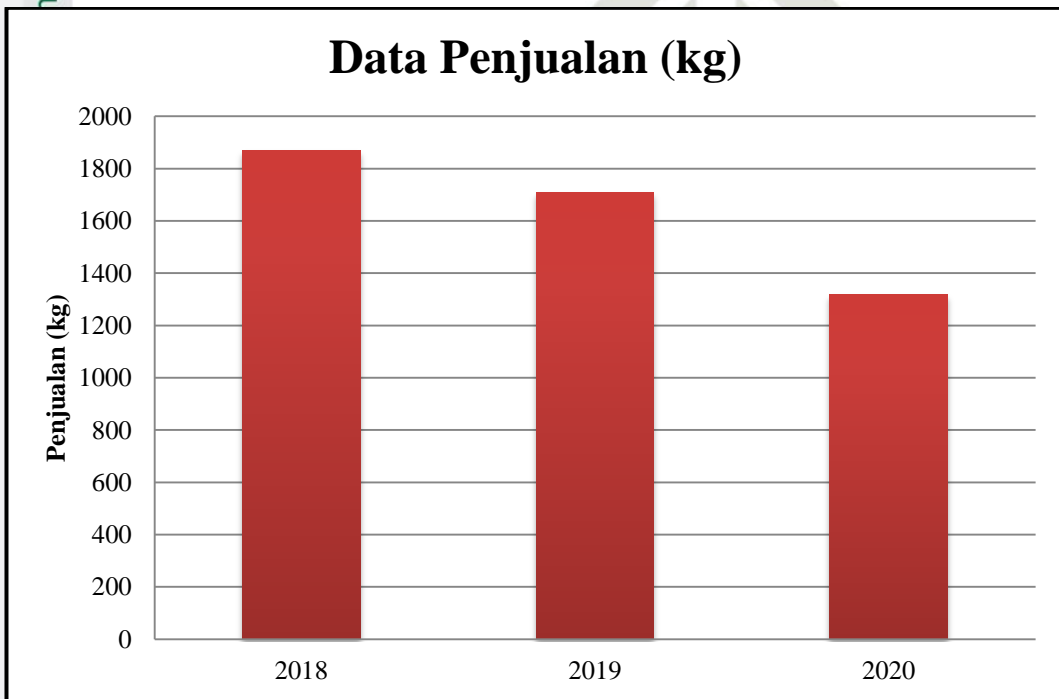
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

Data penjualan *Home Industry* Amplang Udang Aska dari tahun 2018 sampai tahun 2020 pada tiap periode dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut ini :

Tabel 1.1 Data Penjualan *Home Industry* Amplang Udang Aska

Tahun	Penjualan (kg)	Penurunan (kg)
2018	1870	-
2019	1710	160
2020	1320	390



Gambar 1.1 Grafik Penjualan Amplang Udang Aska

Berdasarkan Tabel 1.1 dan gambar 1.1 dapat dilihat bahwa penjualan amplang udang penurunan. Dimana pada tahun 2018 Amplang Udang Aska dapat menjual sebanyak 1870 Kg. Pada tahun 2019 penjualan mengalami penurunan sebanyak 160 Kg, sehingga penjualan 2019 menjadi 1710 Kg. Pada tahun 2020 penjualan kembali mengalami penurunan sebanyak 390 Kg, sehingga penjualan 2020 menjadi 1320 Kg.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan pemilik, penurunan penjualan disebabkan oleh beberapa faktor. Salah satu faktor tersebut yaitu faktor persaingan, dimana pasar penjualan amplang udang dikuasai oleh *home industry* kompetitor (pesaing). Faktor ketidakstabilan penjualan selanjutnya yaitu faktor

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.

alam, dimana terjadinya kelangkaan udang sebagai bahan pokok dalam pembuatan amplang udang. Selanjutnya kenaikan bahan baku dan bahan pelengkap juga mempengaruhi penjualan amplang udang. Disisi lain, penurunan penjualan juga disebabkan oleh promosi yang tidak maksimal, dimana promosi hanya dilakukan dari mulut ke mulut. Selama ini *Home Industry* Amplang Udang Aska juga hanya memasarkan produknya hanya dengan menitipkan di warung-warung sekitar pelabuhan yang ada di tembilahan.

Pada penelitian ini juga melakukan *benchmarking* antar produk Amplang Udang Aska dengan produk pesaing.

Adapun hasil dari *benchmarking* yang dilakukan yaitu sebagai berikut :

Tabel 1.2 *Benchmarking* Amplang Udang

NO	Uraian	Hasil Pengamatan		
		<i>Home Industry</i> Amplang Udang Aska	<i>Home</i> <i>Industrry</i> BuDe (Sungai Luar)	Amplang Udang Jumelda
1	Kelebihan produk	Produk ini bisa ditemukan di warung-warung sekitar pelabuhan di Tembilahan	Produk ini bisa dipesan secara <i>online</i> dan sudah beredar di beberapa toko oleh-oleh	Sudah memiliki toko sendiri untuk menjual produknya, dan produk sudah bisa dipesan secara <i>online</i>
	Kelemahan produk	Tidak memiliki variasi kemasan 1 kg, jadi jika ingin membeli sebanyak 1 kg harus membeli kemasan 0,5 kg sebanyak 2 buah.	Tidak banyak memiliki variasi harga kemasan per produk. Hanya mempunyai kemasan per 0,5 kg dan 1 kg.	-

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.

Tabel 1.2 *Benchmarking* Amplang Udang (Lanjutan)

NO	Uraian	Hasil Pengamatan		
		<i>Home Industry</i> Amplang Udang Aska	<i>Home</i> <i>Industrry</i> BuDe (Sungai Luar)	Amplang Udang Jumelda
3	<i>Differentiation</i> <i>Product</i>	Memiliki 3 variasi harga untuk tiap kemasan yang berbeda.	Produk ini lebih dikenal dipasaran penjualan Amplang Udang.	Produk ini lebih legendaris daripada yang lain, karena sudah berdiri sejak tahun 1996.
4	Harga Produk	Rp 60.000 / Kg	Rp 55.000 / Kg	Rp 50.000 / Kg

Berdasarkan Tabel 1.2, dapat dilihat bahwa Amplang Udang Aska memiliki harga yang lebih mahal dibanding dengan Amplang Udang kompetitor (pesaing). Pada kelemahan produk juga dapat dilihat bahwa jika konsumen ingin membeli amplang udang sebanyak 1 kg, maka harus membeli kemasan 0,5 kg sebanyak dua buah. Sehingga harga jual Amplang Udang Aska per kg menjadi lebih mahal dibanding produk kompetitor. Amplang Udang Aska memiliki 3 variasi harga yaitu 0,5 kg (Rp 30.000), 2,5 ons (Rp 15.000) dan 1,2 ons (Rp 8.000). Amplang Udang Aska juga belum bisa dipesan secara *online* dikarenakan penjualannya hanya dengan cara menitipkan di warung-warung sekitar pelabuhan.

Selain pesaing diatas, *Home Industry* Amplang Udang Aska juga memiliki pesaing-pesaing lain yang menjual jenis produk yang sama.

Tabel 1.3 Pesaing *Home Industry* Amplang Udang Aska

No	Nama Usaha	Alamat	Harga
1	<i>Home Industry</i> Amplang Udang Aska	Jalan Lintas Enok, Seberang Tembilahan, Indragiri Hilir	Rp 60.000/Kg

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.

Tabel 1.3 Pesaing *Home Industry* Amplang Udang Aska (Lanjutan)

No	Nama Usaha	Alamat	Harga
2	Home Industry BuDe	Jalan Arjuna, Desa Sungai Luar, Indragiri Hilir	Rp 55.000/Kg
3	Amplang Udang Jumelda	Jalan Harapan, Tembilahan, Indragiri Hilir	Rp 50.000/Kg
4	Kerupuk Amplang Udang Bekawan	Jalan Datuk Bandar, Tembilahan, Indragiri Hilir	Rp 60.000/Kg
5	Amplang Udang Risky	Jalan Syahdan Hamis, Sungai Salak, Indragiri Hilir	Rp 55.000/Kg

Dapat dilihat dari Tabel 1.3 diatas, pesaing *Home Industry* Amplang Udang Aska cukup banyak, sehingga sangat diperlukan *Home Industry* Amplang Udang Aska melakukan strategi-strategi agar bisa mempertahankan usahanya dan dapat bersaing dipasaran.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh *Home Industry* Amplang Udang Aska, perlunya dilakukan perencanaan strategi pemasaran dengan menggunakan metode SOAR dan AHP.

Perencanaan strategi pemasaran bisa dimulai dengan mengidentifikasi berbagai faktor yang ada. Untuk mengidentifikasi beberapa faktor bisa dilakukan menggunakan analisis matrik SOAR. Menurut Stravors dan Saint (2010) dikutip oleh Chiu (2018) SOAR adalah sebuah kerangka berbasis kekuatan dengan pendekatan partisipatif terhadap analisis strategi, pengempangan strategi, dan perubahan organisasi. Sedangkan penentuan bobot prioritas dari alternatif strategi yang dihasilkan matrik SOAR yaitu dengan menggunakan metode AHP.

Metode AHP adalah sebuah kerangka untuk mengambil keputusan dengan efektif atas persoalan yang kompleks dengan menyederhanakan dan mempercepat proses pengambilan keputusan dengan memecah persoalan tersebut kedalam bagian-bagiannya, menata bagian atau *variable* ini dalam suatu susunan hirarki, memberi nilai numerik pada pertimbangan subjektif tentang pentingnya tiap *variable* dan mensistensi sebagai pertimbangan ini untuk menetapkan *variable*

yang mana memiliki prioritas paling tinggi dan bertindak untuk mempengaruhi hasil pada situasi tersebut (Affandy, 2017).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana merencanakan strategi pemasaran dengan menggunakan metode SOAR dan *Analytical Hierarchy Process* (AHP) pada *Home Industry* Amplang Udang Aska?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui apa saja faktor yang mempengaruhi pemasaran Amplang Udang Aska dengan analisis matrik SOAR
2. Mengetahui strategi pemasaran yang akan digunakan berdasarkan perhitungan metode AHP

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sebagai bahan pertimbangan informasi bagi *Home Industry* Amplang Udang Aska mengenai strategi pemasaran yang akan dilakukan.
2. Menambah ilmu bagi penulis dalam menganalisis masalah dan dapat menerapkan ilmu yang telah dipelajari.
3. Sebagai bahan rujukan atau referensi bagi pihak penelitian selanjutnya.

1.5 Batasan Masalah

Agar pembahasan pada penelitian ini lebih terarah, maka diperlukan batasan masalah yaitu sebagai berikut :

1. Data penjualan yang digunakan yaitu data dari tahun 2018 sampai tahun 2020.
2. Reponden penelitian ini adalah konsumen Amplang Udang Aska, pemilik warung yang menjual Amplang Udang Aska, Karyawan *Home Industry* Amplang Udang Aska serta pemilik.
3. Tidak memperhitungkan biaya produksi.

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.

4. Perubahan cuaca dan kenaikan harga bahan baku dianggap tidak mempengaruhi hasil penjualan.

1.6 Posisi Penelitian

Penelitian mengenai strategi pemasaran telah banyak dilakukan sebelumnya dengan memakai metode-metode yang berbeda. Agar dalam penelitian ini tidak terjadi penyimpangan, maka perlu ditampilkan posisi penelitian yaitu sebagai berikut :

Tabel 1.4 Posisi Penelitian

Peneliti	Judul Penelitian	Metode	Objek Penelitian	Lokasi	Tahun
Fitria Retnoningsih, Dkk	Pemilihan Prioritas Strategi Pemasaran Coklat Olahan Berdasarkan Metode <i>Analytical Hierarchy Process</i>	AHP	Perusahaan <i>Magic Chocolate</i> , Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali	Bali	2016
Hesti Novianissa	Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Oleh-Oleh Menggunakan Metode SWOT dan <i>Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)</i>	SWOT dan QSPM	Bakpia Djogja	Yogyakarta	2017
Zara Zavirah Timothea	Merumuskan Strategi Perusahaan dengan Menggunakan Metode SOAR (<i>Strengths, Opportunities, Aspirations, Result</i>) pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Bumi Wibawa Kota Sukabumi	SOAR	PDAM Tirta Bumi Wibawa Kota Sukabumi	Sukabumi	2018

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.

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.

Tabel 1.4 Posisi Penelitian (Lanjutan)

Peneliti	Judul Penelitian	Metode	Objek Penelitian	Lokasi	Tahun
Tita Emelia	Perencanaan Strategi Pemasaran Menggunakan Metode SOAR dan <i>Analytical Hierarcy Process</i> (AHP) pada <i>Home Industry</i> Amplang Udang Aska	SOAR dan AHP	<i>Home Industry</i> Amplang Udang Aska	Seberang Tembilahan, Inhil, Riau	2020

1.7 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan laporan penelitian adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan berisikan hal – hal yang melatarbelakangi permasalahan penelitian, perumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, posisi penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisikan teori-teori yang mendukung mengenai strategi pemasaran serta prinsip dasar yang akan digunakan untuk penulisan laporan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisikan tahapan atau alur yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bab ini berisikan pengumpulan data dan pengolahan data yang digunakan untuk memecahkan permasalahan strategi pemasaran yang tepat pada *home industry* Amplang Udang Aska menggunakan metode SOAR dan AHP.

BAB V ANALISA

Pada bab ini berisikan tentang analisa dari hasil pengolahan data yang diperoleh.

BAB VI PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan berdasarkan tujuan penelitian, serta saran-saran yang ditujukan kepada perusahaan dan kepada penulis selanjutnya.



UIN SUSKA RIAU

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.

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Industri Rumah Tangga (*Home Industry*)

Kegiatan industri rumah tangga (*home industry*) biasanya memusatkan kegiatan di sebuah rumah keluarga tertentu dan biasanya memiliki karyawan yang berdomisili di daerah tersebut yang tak jauh dari rumah produksi. Karena secara geografis dan psikologis mereka memiliki hubungan yang dekat antara pemilik dan karyawan, sehingga dapat menjalin komunikasi yang baik dan diharapkan bisa memicu etos kerja yang tinggi (Riansyah, dkk., 2018).

Dalam *home industry* terdapat kegiatan produksi yang mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi dengan melewati proses produksi penggarapan dalam jumlah besar, sehingga produk yang dihasilkan dapat diperoleh dengan harga minim tetapi tetap memperhatikan kualitas. Dengan adanya industri rumah tangga banyak manfaat yang diperoleh, karena *home industry* memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap peningkatan ekonomi masyarakat. Pengembangan industri rumah tangga dilakukan agar perekonomian masyarakat dapat bertahan dan membaik sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Riansyah, dkk., 2018).

2.2 Konsep Strategi

Menurut Rangkuti (2009) dikutip oleh Hidayat dan Rahmat (2018) strategi merupakan tujuan jangka panjang dari perusahaan, dan rumusan pada penggunaan serta semua alokasi sumber daya yang penting untuk memenuhi tujuan tersebut. Strategi bisa dilakukan dengan cara memperluas geografis, diversifikasi, akuisisi, pembangunan produk, penetrasi pasar, rasionalisasi karyawan, divestasi, likuidasi, dan *joint venture*.

Secara umum, strategi bisa diartikan sebagai suatu kumpulan pilihan kritis untuk merencanakan dan menerapkan serangkaian rencana tindakan serta alokasi sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan dan sasaran, dengan cara memperhatikan keunggulan kompetitif, komparatif, dan sinergis ideal

berkelanjutan menuju arah cakupan serta perspektif jangka panjang dari keseluruhan ideal dari perorangan atau kelompok (Hidayat dan Rahmat, 2018).

2.3 Definisi Pemasaran

Menurut Sri Yati (2010) dikutip oleh Affandy (2017), pemasaran merupakan suatu proses kegiatan yang dipengaruhi beberapa faktor seperti faktor sosial, budaya, politik, ekonomi dan manajerial. Akibat pengaruh dari beberapa faktor tersebut masing-masing individu ataupun kelompok mendapatkan keinginan dan kebutuhan dengan cara menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk yang memiliki nilai komoditas.

Pemasaran berperan penting dalam daur produk dari produsen ke konsumen. Menurut Kotler (2008) dikutip oleh Hidayat dan Rahmat (2018), definisi pemasaran dibedakan menurut manajerial dan sosial. Menurut definisi manajerial, yaitu pemasaran digambarkan sebagai “seni menjual produk”. Sedangkan menurut definisi sosial menunjukkan suatu peran yang dimainkan oleh pemasaran didalam masyarakat, yaitu “menghasilkan standar hidup yang lebih tinggi”. Jadi pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas menukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

Jadi, pemasaran adalah suatu metode yang digunakan oleh pelaku usaha atau perusahaan dalam memperkenalkan barang atau jasa dengan cara merencanakan atau merancang, menentukan harga jual, melakukan promosi, menawarkan produk, dan mendistribusikan barang atau jasa tersebut sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen (Hidayat dan Rahmat, 2018).

2.4 Strategi Pemasaran

Menurut Ahmad (2013) dikutip oleh Hidayat dan Rahmat (2018), dalam sebuah bisnis, strategi pemasaran merupakan salah satu cara untuk mendapatkan hasil yang diinginkan berdasarkan keadaan dan struktur yang berlaku. Strategi tersebut berguna untuk menghadapi masalah-masalah dan kesempatan masa depan dalam keadaan yang tepat secara sistematis, rasional, kritis, komprehensif

(menjelaskan keterangan secara lengkap) dan *integrative*. Strategi pemasaran menjabarkan sebuah rencana dalam penggunaan terbaik sumber daya serta keunggulan sebuah perusahaan untuk mencapai tujuannya.

Menurut Tjiptono (2015) dikutip oleh Affandy (2017) strategi pemasaran adalah rencana yang menjabarkan ekspektasi dari perusahaan dari dampak berbagai kegiatan atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produk di bidang pasaran tertentu. Perusahaan dapat menggunakan beberapa program pemasaran secara bersamaan, karena setiap jenis program seperti periklanan, promosi penjualan, *personal selling*, pelayanan pelanggan, serta pengembangan produk mempunyai pengaruh yang berbeda terhadap permintaan pelanggan.

Menurut Tjiptono dan Sri Yati (2010) dikutip oleh Affandy (2017) ada tiga elemen pokok dalam strategi pemasaran, yaitu sebagai berikut :

1. Konsumen

Pemasaran berawal dari kebutuhan dan keinginan konsumen dan berakhir dengan loyalitas konsumen. Produsen harus memahami siapa saja konsumennya, preferensi, karakteristik, kebutuhan, keinginan, gaya hidup dan faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap pola konsumsi pelanggan.

2. Pesaing

Apabila terdapat pesaing yang sanggup memuaskan konsumen dengan lebih baik, maka pelanggan tersebut akan berpaling kepesaing. Oleh karena itu, setiap pelaku bisnis wajib memperhatikan apa saja faktor persaingan. Faktor-faktor tersebut terdiri dari siapa saja pesaing bisnis, strategi, kelemahan, kompetensi diri, dan relasi pesaing.

3. Perusahaan

Memuaskan konsumen merupakan tujuan dari perusahaan yang harus dicapai. Caranya tidak hanya dengan menekankan pada aspek transaksi, tetapi harus lebih fokus pada aspek relasi. Dengan itu dibutuhkan strategi, kinerja, kompetensi diri, serta sumber daya (manusia, alam, finansial, teknologi, informasi, waktu dan intelektual).

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.

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.

2.5 Unsur-Unsur Strategi Pemasaran

Agar bisa menetapkan sebuah strategi dalam melakukan proses pemasaran, maka terlebih dahulu pelaku bisnis mempertimbangkan faktor utama yang akan dicapai oleh perusahaan. Seperti faktor eksternal dan internal (Affandy, 2017).

2.5.1 Lingkungan Eksternal

Menurut Pearce dan Robinson (2011) dikutip oleh Sudirman (2018), lingkungan eksternal merupakan faktor yang mempengaruhi yang berasal dari luar kendali suatu perusahaan. Hal tersebut seperti :

1. Lingkungan ekonomi, seperti Produk Domestik Bruto (PDB), nilai tukar, inflasi, tingkat pengangguran, Upah Minimum Regional (UMR), dan tingkat suku bunga.
2. Lingkungan politik dan hukum.
3. Lingkungan teknologi.
4. Lingkungan sosial budaya.

2.5.2 Lingkungan Internal

Menurut Pearce dan Robinson (2011) dikutip oleh Sudirman (2018), menjelaskan mengenai bahwa pelaku bisnis tidak hanya melihat peluang dari faktor eksternal saja, akan tetapi juga pada kesadaran atas keunggulan dari faktor internal perusahaan tersebut. Dimana faktor internal yang harus dianalisa yaitu pemasaran, keuangan, *Research and Development* (R&D), operasi, sumber daya manusia (SDM), sistem informasi, dan teknologi.

Analisis terhadap lingkungan internal dilakukan dengan cara evaluasi secara berkala pada kekuatan dan kelemahan pada variabel-variabel yang mempengaruhi dalam bidang pemasaran. Beberapa variabel yang mempengaruhi tersebut seperti produk, harga, promosi, dan distribusi (Affandy, 2017).

2.6 Kuesioner

Kuesioner adalah alat pengumpulan data primer dengan metode survey untuk mendapatkan pendapat dari responden. Kuesioner dapat dibagikan kepada

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.

responden dengan cara (Menurut Pujihastuti, 2010 dikutip oleh Atmaja dan Wijaya, 2019) :

1. Langsung oleh peneliti (mandiri)
2. Dikirim lewat pos (*mailquestionair*)
3. Dikirim lewat *computer* misalnya surat elektronik (*e-mail*)

Kuesioner yang dikirimkan langsung oleh peneliti apabila responden cukup dekat dan penyebarannya tidak terlalu luas. Lewat pos ataupun surat elektronik (*e-mail*) memungkinkan biaya yang murah, daya jangkauan responden yang lebih luas, dan waktu yang cepat. Tidak ada prinsip khusus tetapi peneliti bisa mempertimbangkan efektivitas dan efisiensi dalam hal seperti apa kuesioner akan disebar, baik dikirim lewat pos ataupun *e-mail* maupun langsung dari peneliti.

Kuesioner yang baik merupakan iterasi yang dimuali sebagai *draft* kasar dan melalui perbaikan secara terus-menerus, kemudian dikonversi dengan tepat dan diformat dalam dokumen. Dalam menyusun kuesioner, tidak ada prosedur yang pasti untuk menghasilkan kuesioner yang baik. Langkah-langkah dalam membuat kuesioner (Menurut Aaker, 1995 dikutip oleh Sandjaja dan Purnamasari, 2017) :

1. Merancang hal-hal yang akan diukur
2. Memformulasikan pertanyaan sehingga didapatkan informasi yang diperlukan
3. Memutuskan tata bahasa dan perintah dari pertanyaan, serta *layout* kuesioner
4. Menggunakan *sample* yang kecil, *test* kuesioner untuk ambiguitas dan hal-hal yang belum dicantumkan
5. Memeriksa dan memperbaiki kembali jika ada permasalahan, dan melakukan *test* kembali bila diperlukan.

Dalam merancang desain penelitian survey dapat dilakukan dengan merumuskan matriks operasionalisasi ke dalam item-item pertanyaan. Pertanyaan dari survey yang baik akan menjaring informasi yang lebih tepat. Berikut merupakan ciri-ciri pertanyaan penelitian yang baik (Sandjaja dan Purnamasari, 2017) :

1. Jelas dan menggunakan bahasa yang mudah dimengerti

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.

2. Padat dan tidak bertele-tele
3. Spesifik
4. Bisa dijawab
5. Memiliki relevansi dengan responden
6. Tidak menggunakan kalimat negative
7. Hindari menggunakan *terminology* bias
8. Hindari menanyakan dua hal sekaligus dan satu pertanyaan.

2.7 Populasi dan Sampel

Suatu keseluruhan pengamatan atau obyek yang menjadi perhatian peneliti dapat diartikan sebagai populasi, sedangkan bagian dari populasi yang menjadi obyek peneliti dapat dikatakan sebagai sampel (Boediono dan Koster, 2001). Menurut Sugiyono (2015) dikutip oleh Duli (2019), suatu bagian wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik suatu kesimpulannya disebut populasi. Pemilihan responden dalam suatu populasi harus dapat mewakili populasi tersebut. Dimana responden yang dipilih disebut dengan sampel.

2.8 Teknik Pengambilan Sampel

Terdapat dua bentuk teknik pengambilan sampel, yaitu sampel probabilitas dan sampel non-probabilitas. Dimana sampel probabilitas pemilihan sampel dilakukan secara acak. Sedangkan, sampel non-probabilitas pemilihan sampel dilakukan secara non-acak (Duli, 2019).

2.8.1 Probability Sampling

Menurut Sugiyono (2011) dikutip oleh Duli (2019), *probability sampling* merupakan suatu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi bagian dari sampel. Terdapat beberapa cara dalam menentukan teknik *probability sampling*, yaitu sebagai berikut :

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.

1. *Simple random sampling* (Sampel acak sederhana)
Menurut Siregar (2010) dikutip oleh Duli (2019) *simple random sampling*, pemilihan anggota sampel dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Cara ini dilakukan apabila anggota populasi dianggap homogen dan adanya kerangka sampel yaitu daftar elemen-elemen populasi yang dijadikan dasar dalam pengambilan sampel. Pengambilan sampel acak sederhana dapat dilakukan dengan cara memilih undian, memilih bilangan dari daftar bilangan secara acak.
2. *Proportionate stratified random sampling* (sampel acak berstrata proporsional)
Menurut Siregar (2010) dikutip oleh Duli (2019), pemilihan sampel acak berstrata proporsional dilakukan apabila populasi memiliki anggota yang heterogen dan berstrata secara proporsional. Misalnya, pada suatu organisasi yang memiliki pegawai atau karyawan dari latar belakang pendidikan yang berstrata, maka populasi dari pegawai tersebut berstrata.
3. *Disproportionate stratified random sampling* (Sampel acak berstrata tidak proporsional)
Menurut Siregar (2010) dikutip oleh Duli (2019), teknik pemilihan sampel acak berstrata tidak proporsional dilakukan untuk menentukan sampel jika populasi berstrata tapi kurang proporsional. Dimana sampel yang dipilih dari setiap strata jumlahnya tidak sebanding dengan jumlah populasi dengan proporsi sampel di setiap strata. Misalnya, diketahui jumlah sampel yang diambil adalah 120 orang, maka ditetapkan yang diambil untuk setiap strata adalah sebanyak 30 orang.
4. *Cluster Sampling* (Sampel daerah atau area)
Menurut Sugiyono (2011) dikutip oleh Duli (2019), teknik sampling daerah dilakukan untuk menentukan sampel jika objek yang akan diteliti sangat luas. Contohnya seperti penduduk di suatu negara, provinsi, atau kabupaten. Untuk memilih penduduk mana yang akan dijadikan objek, maka pengambilan sampel dilakukan secara bertahap dari wilayah yang luas ke wilayah yang

kecil. Setelah terpilih sampel yang terkecil, kemudian dipilih sampel acak sederhana.

5. *Multistage random sampling* (Sampel acak bertingkat)

Menurut Kothari (2004) dikutip oleh Duli (2019), metode sampel acak bertingkat merupakan suatu teknik *sampling* yang dikonstruksikan dari metode *sampling* acak sederhana yang melewati beberapa tahapan pengambilan sampel dan dilakukan secara acak. Dengan demikian, setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel, sehingga pengukuran dapat dilakukan dengan hanya melibatkan sedikit sampel.

Misalnya, ketika ingin menyelidiki efisiensi kerja bank-bank swasta di Indonesia dan ingin mengambil beberapa sampel bank untuk tujuan tersebut. Tahap pertama adalah memilih secara acak unit kabupaten pada setiap provinsi yang ada di Indonesia. Tahap selanjutnya, yaitu memilih secara acak bank-bank yang ada di kabupaten terpilih.

2.8.2 *Non Probability Sampling*

Non probability sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Bahkan probabilitas anggota tertentu untuk dipilih menjadi sampel tidak diketahui. Pemilihan anggota sampel berdasarkan pada pertimbangan subjektif dan tidak berdasarkan pada penggunaan teori probabilistik (Duli, 2019).

1. *Sampling sistematis*

Menurut Siregar (2010) dikutip oleh Duli (2019), teknik pengambilan sampel berdasarkan urutan dari anggota populasi yang telah diberi nomor urut merupakan *sampling sistematis*. Misalnya, terdapat 100 anggota populasi yang diberi nomor urut 1 – 100. Teknik pengambilan sampel dapat dilakukan dengan cara hanya mengambil nomor ganjil, nomor genap, atau kelipatan dari angka bilangan tertentu.

2. *Sampling kuota*

Menurut Sugiyono (2011) dikutip oleh Duli (2019), untuk menentukan sampel dari populasi yang memiliki ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

diinginkan merupakan *sampling kuota*. Misalnya, apabila peneliti ingin melakukan penelitian mengenai pendapat masyarakat terhadap pelayanan kepolisian direktorat lalulintas dalam pengurusan SIM. Jumlah sampel yang ditentukan adalah sebanyak 500 orang. Jika pengumpulan data belum memenuhi kuota sebanyak 500, maka penelitian dipandang belum selesai.

3. *Sampling incidental*

Menurut Sugiyono (2011) dikutip oleh Duli (2019), *Sampling incidental* merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan atau siapa saja yang seara tidak sengaja atau *incidental* bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sebagai sampel, jika dipandang orang yang tidak sengaja ini cocok dijadikan sebagai sumber data.

4. *Sampling purposive*

Menurut Sugiyono (2011) dikutip oleh Duli (2019), teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu merupakan *sampling purposive*. Misalnya ingin melakukan penelitian mengenai kualitas makanan, maka sampel yang diambil adalah orang yang ahli makanan.

5. *Sampling Jenuh* atau Sensus

Menurut Sugiyono (2011) dikutip oleh Duli (2019), teknik penentuan sampel jika semua anggota populasi digunakan sebagai sampel merupakan *sampling jenuh*. Hal ini dapat dilakukan jika jumlah populasi cenderung kecil, yaitu kurang dari 30 orang.

6. *Snowball Sampling*

Menurut Sugiyono (2011) dikutip oleh Duli (2019), *snowball sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang pada awalnya berjumlah kecil, tetapi makin lama menjadi semakin banyak, dan berhenti hingga informasi yang didapatkan dinilai cukup. Teknik ini bagus diterapkan bila calon responden sulit untuk diidentifikasi.

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.

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.

Non probability sampling merupakan suatu teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara acak. Adapun rumus yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel pada populasi yang tidak diketahui jumlahnya yaitu sebagai berikut (Bora, 2017) :

$$n = \frac{(Z_{\alpha/2})^2 \cdot p \cdot q}{d^2} \quad \dots (2.1)$$

Keterangan :

- n = Jumlah sampel
- $Z_{\alpha/2}$ = Nilai Z dari distribusi normal yaitu 1,96 (dengan tingkat kepercayaan 95%)
- p = Proporsi yang dianggap benar (95%)
- q = Proporsi yang dianggap salah (5%)

2.9 Skala Pengukuran

Secara umum, ada empat jenis skala pengukuran yaitu skala nominal, skala ordinal, skala interval, dan skala rasio (Boediono dan Koster, 2001) :

1. Skala nominal

Skala yang hanya memiliki ciri untuk membedakan skala ukur yang satu dengan skala ukur yang lain disebut skala nominal. Pada skala nominal, data hanya bisa diklasifikasikan kedalam beberapa kategori.

2. Skala ordinal

Skala yang selain memiliki ciri untuk membedakan juga memiliki ciri untuk mengurutkan pada rentangan tertentu. Misalnya, rentangan nilai dari yang paling rendah hingga yang paling tinggi atau dari yang paling jelek hingga yang paling baik.

3. Skala interval

Skala yang selain memiliki ciri untuk membedakan dan mengurutkan, tapi juga mempunyai ciri jarak yang sama disebut dengan skala interval. Misalnya, pada bulan Agustus suhu di kota A adalah 90 derajat dan pada bulan Januari suhu di kota B adalah 30 derajat, maka kita tidak bisa menyatakan bahwa suhu di kota A pada bulan Agustus lebih panas daripada suhu di kota B pada bulan

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.

Januari, akan tetapi kita tidak dapat mengatakan bahwa suhu pada bulan Agustus tiga kali lebih panas daripada bulan Januari.

4. Skala rasio

Skala rasio merupakan skala yang memiliki empat ciri, yaitu membedakan, mengurutkan, jarak yang sama, dan mempunyai titik nol tulen (titik nol yang berarti) sehingga bisa menghitung rasio atau perbandingan antar nilai.

Penerapan skala pengukuran disesuaikan dengan jenis data yang digunakan. Terdapat beberapa skala pengukuran yang dapat digunakan yaitu sebagai berikut (Duli, 2019) :

1. Skala *likert*

Skala *likert* merupakan suatu skala psikometrik yang biasa digunakan pada kuesioner dan merupakan suatu skala yang paling banyak digunakan dalam riset seperti survey. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok tentang fenomena sosial. Skala *likert* mempunyai dua bentuk pernyataan, yaitu sebagai berikut :

Tabel 2.1 Skala *Likert*

Pernyataan Positif	Skor	Pernyataan Negatif	Skor
Sangat Setuju (SS)	5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Setuju (S)	4	Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3	Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2	Setuju (S)	4
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	Sangat Setuju (SS)	5

(Sumber : Duli, 2019)

2. Skala *Guttman*

Menurut Sugiyono (2015) dikutip oleh Duli (2019), skala yang digunakan untuk jawaban yang bersifat jelas dan konsisten merupakan skala *guttman*.

Pada skala *guttman* alternatif jawaban hanya terdiri dari dua jawaban, yaitu Benar – salah, ya – tidak, yakin – tidak yakin, positif – negatif. Angka jawaban tertinggi adalah 1 dan angka jawaban terendah adalah 0.

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.

3. Skala *semantic diferensial*

Menurut Sugiyono (2015) dikutip oleh Duli (2019), skala *semantic diferensial* digunakan untuk mengukur suatu sikap bukan dalam bentuk pilihan ganda atau *check list*, tetapi tersusun dari sebuah garis kontinum dimana nilai yang paling negatif terletak di sebelah kiri, sedangkan nilai yang paling positif terletak di sebelah kanan.

4. *Rating scale*

Menurut Sugiyono (2015) dikutip oleh Duli (2019), pada *rating scale*, data mentah yang didapat berupa angka kemudian ditafsirkan dalam pengertian kualitatif. Responden menjawab senang atau tidak senang, setuju atau tidak setuju, pernah atau tidak pernah yaitu data kualitatif. Pada *rating scale* responden tidak akan menjawab salah satu dari jawaban kualitatif yang disediakan, akan tetapi menjawab salah satu jawaban kuantitatif yang disediakan. *Rating scale* bersifat lebih fleksibel, tidak terbatas pada pengukuran sikap saja, tetapi juga untuk mengukur persepsi responden terhadap fenomena lainnya, seperti skala untuk mengukur ekonomi, kelembagaan, pengetahuan, kemampuan, proses kegiatan, dan lain-lain.

2.10 Uji Validitas dan Reliabilitas

Validitas dan reliabilitas suatu instrument tidak serta-merta ditentukan oleh instrument itu sendiri. Menurut Sugiyono (2014) dikutip oleh Yusup (2018), terdapat beberapa faktor yang akan mempengaruhi validitas dan reliabilitas suatu instrumen (alat ukur) selain instrumen yaitu penggunaan alat ukur yang pengukuran dan subjek yang diukur. Tetapi, beberapa faktor tersebut dapat diselesaikan dengan cara menguji instrument dengan cara uji validitas dan reliabilitas yang sesuai. Pengujian tersebut dilakukan untuk menjaga validitas dan reliabilitasnya. Selain itu, untuk mengatasi pengaruh dari pengguna instrumen, maka pengguna harus meningkatkan kemampuannya untuk menggunakan instrument tersebut. Satu faktor lagi yang tidak kalah penting dalam mempengaruhi validitas dan reliabilitas instrument yaitu faktor subjek yang diukur. Untuk mengatasi tersebut, maka peneliti harus bisa mengendalikan subjek.

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.

2.10.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu pengujian yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur (instrument) yang digunakan dapat mengukur alat ukur secara tepat. Dimana uji validitas dimaksudkan yaitu suatu langkah pengujian yang dilaksanakan terhadap konten dari suatu pertanyaan atau pernyataan dengan tujuan untuk mengukur ketapan alat ukur ataupun kuesioner yang akan digunakan dalam suatu penelitian (Sujono dan Santoso, 2017).

Validitas intrumen bisa dibuktikan dengan beberapa bukti. Beberapa bukti tersebut antara lain secara konten, atau biasa disebut dengan validitas konten atau validitas isi, secara konstruk atau biasa disebut dengan validitas konstruk, dan secara kriteria atau biasa disebut dengan validitas kriteria.

1. Validitas Konten

Validitas konten atau biasa disebut dengan validitas isi akan fokus memberikan bukti untuk elemen-elemen yang ada pada instrument dan akan diproses dengan analisis rasional. Saat instrument diuraikan dengan lebih detail maka penilaian akan semakin mudah untuk dilakukan. Berikut beberapa contoh hal yang dinilai dalam validitas konten yaitu sebagai berikut (Yusup, 2018) :

- a. Definisi operasional variabel
- b. Representasi soal sesuai variable yang akan dibahas
- c. Jumlah soal
- d. Format jawaban
- e. Skala pada alat ukur
- f. Pemberian skor
- g. Petunjuk pengisian alat ukur
- h. Waktu pengerjaan
- i. Populasi sampel
- j. Tata bahasa
- k. Format penulisan

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.

2. Validitas Konstruk

Menurut Fraenkel, Wallen dan Hyun (2012) dikutip oleh Yusup (2018), validitas kosntruk berfokus pada bagaimana instrumen menunjukkan hasil pengukuran yang sesuai dengan definisinya. Definisi variabel harus jelas sehingga penilaian pada validitas konstruk lebih mudah. Definisi tersebut diambil dari teori. Apabila definisi sudah berlandaskan pada teori yang tepat, dan pertanyaan atau pernyataan item soal sudah sesuai, maka alat ukur dinyatakan valid secara validitas konstruk.

3. Validitas Kriteria

Validitas kriteria berfokus membandingkan alat ukur yang telah dikembangkan dengan alat ukur lain yang dianggap sesuai dengan apa yang akan dinilai oleh alat ukur yang akan dikembangkan. Alat ukur lain ini disebut sebagai kriteria. Terdapat dua jenis validitas kriteria, yaitu sebagai berikut (Menurut Fraenkel, Wallen dan Hyun, 2012 dikutip oleh Yusup, 2018) :

- a. Validitas kriteria prediktif
- b. Validitas kriteria bersamaan (*concurrent*)

Adapun rumus korelasi untuk mencari koefisien korelasi hasil dari uji instrument dan uji kriterianya adalah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n(\sum x_i y_i) - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{(n(\sum x_i^2) - (\sum x_i)^2)(n(\sum y_i^2) - (\sum y_i)^2)}} \dots(2.2)$$

Keterangan :

- r_{xy} = Koefisien korelasi
- n = Jumlah responden
- x_i = Nilai tiap item pada instrument
- y_i = Nilai tiap item pada kriteria

Menurut Fraenkel, Wallen dan Hyun (2012) dikutip oleh Yusup (2018) , nilai pada koefisien tersebut disebut sebagai koefisien validitas. Hasil nilai koefisien validitas berkisar dari +1,00 hingga -1,00. Hasil nilai koefisien +1,00 menunjukkan bahwa individu pada uji instrument maupn uji kriteria mempunyai hasil yang cenderung sama, sedangkan apabila koefisien validitas bernilai 0

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

menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara instrument dengan kriterianya. Semakin tinggi hasil nilai koefisien suatau instrument, maka semakin baik pula instrument tersebut.

Variasi suatu pertanyaan atau pernyataan berkolerasi signifikan dengan skor total menunjukkan pertanyaan atau pernyataan tersebut akan memberikan dukungan terhadap apa yang akan diukur. Kriteria pengujian tersebut adalah sebagai berikut (Sujono dan Santoso, 2017) :

1. Jika $r_{xy} \geq r$ tabel maka alat ukur atau item pertanyaan dinyatakan valid.
2. Jika $r_{xy} \leq r$ tabel maka alat ukur atau item pertanyaan dinyatakan tidak valid.

Menurut Sugiyono (2014) dikutip oleh Zahra dan Rina (2018), validitas akan menentukan derajat kesesuaian antara data yang *real* terjadi pada obyek dengan data yang bisa dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas diperoleh berdasarkan oleh data yang telah didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner, dengan menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* adalah korelasi antar suatu item dengan skor atau nilai total dalam suatu variabel. Pengukuran dilakukan dengan menggunakan *Software* SPSS dengan tingkat signifikansi (α) = 0,05 karena nilai ini dirasa cukup untuk mewakili, dan adalah tingkat signifikansi yang umum digunakan pada suatu penelitian. Jumlah sampel (n) = 30 responden, sehingga diperoleh nilai r tabel senilai 0,361.

2.10.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sujarweni (2015) dikutip oleh Astuti, dkk (2019), uji reliabilitas adalah ukuran dari suatu kestabilan konsistensi oleh responden dalam menjawab instrument yang berkaitan dengan pertanyaan yang merupakan dimensi dari suatu variabel dan disusun menjadi dalam bentuk berupa kuesioner.

$$r = \frac{k}{(k-1)} \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right] \dots (2.3)$$

Keterangan :

- r = Koefisien *reability instrument (cronbach alfa)*
- k = Total pertanyaan
- $\sum \sigma_i^2$ = Jumlah varian skor tiap item

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.

= Jumlah varian

Menurut Riduwan (2010) dikutip oleh Zahra dan Rina (2018), uji reliabilitas suatu instrument dari penelitian menggunakan rumus dari *Cronbachs Alpha*. Dimana *Cronbachs Alpha* merupakan suatu rumus matematis yang dipakai dalam menguji tingkat reliabilitas suatu variabel, dimana instrument bisa dikatakan handal (*reliable*) apabila mempunyai koefisien kehandalan atau *alpha* dengan nilai sebesar 0,6 atau lebih.

Menurut Sugiyono (2012) dikutip oleh Zahra dan Rina (2018), suatu alat ukur dinyatakan handal apabila nilai koefisien minimal 0,6. Dalam mempermudah dalam perhitungan validitas dan reliabilitas, maka dapat menggunakan *software Microsoft Excel* dan *SPSS (Statistical Program of Science) for windows*.

2.11 SOAR (*Strenghts, Opportunities, Aspirations, and Result*)

Menurut Stavors dan Hincrichs (2009) dikutip oleh Chiu (2018), SOAR *analysis* adalah suatu pendekatan yang inovatif dan berdasarkan dari kekuatan untuk menciptakan pemikiran dengan perencanaan yang strategis melibatkan seluruh individu yang mempunyai keinginan di dalam sebuah proses pemikiran yang strategis. SOAR merupakan suatu kerangka berlandaskan kekuatan dengan pendekatan partisipatif terhadap suatu analisis strategi, pengembangan strategi dan perubahan organisasi. Dimana, SOAR akan mengintegrasikan *Apperciative Inquiry (AI)* menggunakan kerangka perencanaan yang strategis agar menciptakan suatu proses perubahan yang akan menginspirasi sebuah organisasi dan pemilik kepentingan agar ikut serta dalam menyusun usaha perencanaan startegi yang memiliki orientasi pada hasil.

SOAR adalah persamaan dari *streght* (kekuatan), *opportunities* (kesempatan), *aspiration* (aspirasi), dan *result* (hasil). SOAR yaitu sebuah metode baru mengenai perencanaan strategis yang dikembangkan oleh Stravos, Cooperider dan Kelley pada tahun 2009. SOAR akan mengubngkan *Appreciate Inquiry (AI)* dengan merancang ulang strategi SWOT. Perbedaan mendasar antara SOAR dan SWOT yaitu terletak pada dilibatkannya *stakeholder* untuk

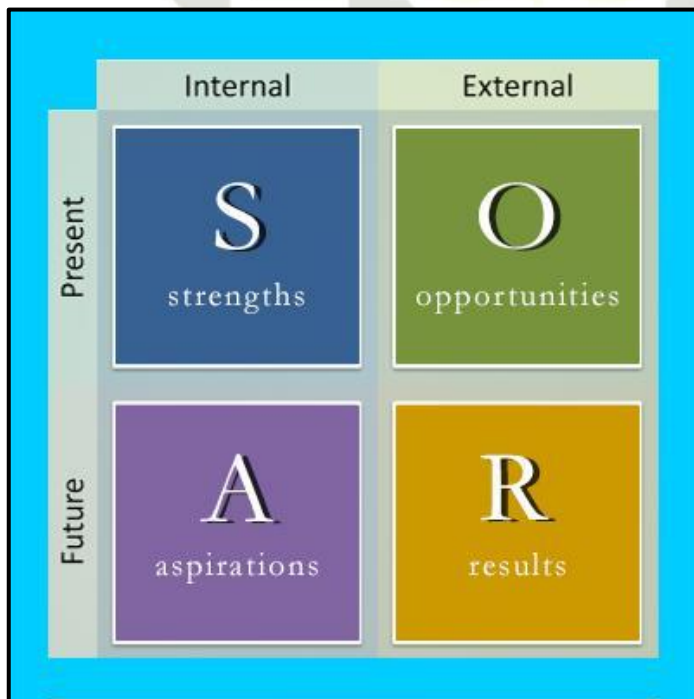
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

mengidentifikasi dan menganalisa suatu kekuatan dan peluang sehingga dapat menghasilkan aspirasi, tujuan, strategi dan komitmen agar mendapatkan hasil (Zamista dan Hanafi, 2020).

Stakeholder yang dimintai pendapatnya pada metode SOAR yaitu konsumen, pekerja, pemegang saham, anggota dewan, penyedia bahan baku, *volunteer*, dan masyarakat dari dampak organisasi tersebut. Jika ada beberapa *stakeholder* yang tidak mampu berpartisipasi, maka terdapat kelompok *stakeholder* yang mampu mewakili, yaitu sebagai berikut (Zamista dan Hanafi, 2020) :

1. Mengidentifikasi serta membangun kekuatan.
2. Mengintegrasikan dan memperjelas nilai, visi serta misi yang akan digunakan.
3. Mencari peluang keuntungan yang ingin diraih oleh organisasi.
4. Menentukan dan menyesuaikan tujuan dan sasaran dari organisasi.
5. Memperbaiki atau menyusun tujuan, sistem, proses, dan struktur baru untuk mendukung dalam mencapai tujuan.
6. Mempraktekkan rencana untuk membimbing setiap hari untuk pengambilan keputusan dan tindakan yang akan dilakukan.



Gambar 2.1 Analisa SOAR
(Sumber : Stavors dan Kelley, 2003 dalam Sudirman, 2018)

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.

Adapun penjelasan mengenai analisa SOAR adalah sebagai berikut (Sudirman, 2018) :

1. Kekuatan atau *Strenght* (S)

Hal-hal yang menjadi kekuatan dan aset terbesar yang dimiliki dijabarkan, baik aset yang berwujud ataupun aset yang tidak berwujud.

2. Kesempatan atau *Opportunities* (O)

Melakukan analisa terhadap lingkungan eksternal untuk mencari peluang terbaik yang dimiliki.

3. Aspirasi atau *Aspirations* (A)

Anggota-anggota organisasi bisa menyampaikan aspirasi serta merencanakan kondisi masa depan yang ingin dicapai.

4. Hasil atau *Result* (R)

Menentukan hasil yang ingin dicapai oleh organisasi (*measurable result*).

Menurut Stavors dan Saint (2010) dikutip oleh Zamista dan Hanafi (2020), salah satu perbedaan lain dalam metode SOAR yaitu mengidentifikasi dan memperluas kekuatan serta peluang dengan mencari masalah, kekurangan, kelemahan dan ancaman. Kelemahan dan ancaman sebenarnya tidak diabaikan, akan tetapi kelemahan dan ancaman akan dirancang ulang serta dapat memberikan fokus yang sesuai dengan peluang dan hasil yang diharapkan, sehingga kelemahan dan ancaman dapat dikurangi atau bahkan diubah menjadi suatu kekuatan bagi organisasi tersebut.

Metode SOAR merupakan suatu metode yang digunakan untuk menyusun strategi untuk meningkatkan usaha penjualan. Penekanan metode SOAR yaitu pada penggunaan kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh perusahaan agar menghasilkan aspirasi dan hasil. SOAR akan melibatkan semua tingkatan dan area fungsional pada sebuah organisasi. Dengan menggunakan SOAR, maka akan lebih memperhatikan organisasi dan fokus mengembangkan apa yang saat ini sudah dilakukan dengan baik, dibandingkan dengan memfokuskan pada ancaman atau kelemahan yang akan dihadapi. Analisa SOAR dimulai dengan melakukan analisa pada lingkungan eksternal dan internal serta industri untuk mendapatkan peluang yang tersedia. Selanjutnya semua peluang dan kekuatan yang dimiliki

akan dimasukkan dalam analisis SOAR kemudian akan menghasilkan aspirasi dan hasil. Analisis ini dipilih karena SOAR mempunyai kelebihan dimana pendekatan yang dilakukan fokus pada peluang dan kekuatan dibandingkan dengan kelemahan dan ancaman, dimana dengan menggunakan metode analisis SWOT biasanya berakhir pada pencegahan terhadap ancaman dan kelemahan sehingga tujuan yang telah disusun menjadi terbengkalai (Chiu, 2018).

2.11.1 Matriks IFE

Untuk dapat melihat kekuatan dan aspirasi dari kondisi *internal* suatu perusahaan bisa dilakukan dengan menggunakan matriks IFE. Nilai dari matriks IFE akan di *input* ke dalam matriks IE (*Internal – Eksternal*) untuk mengetahui posisi perusahaan (Affandy, 2017).

$$\text{Rating} = \frac{\text{Jumlah Jawaban Perpernyataan}}{\text{Jumlah Responden}} \dots (2.4)$$

$$\text{Bobot} = \frac{\text{Jumlah}}{\text{Total}} \dots (2.5)$$

Keterangan : Jumlah = Jumlah jawaban responden per pernyataan

Total = Total jawaban responden seluruh pernyataan.

2.11.2 Matriks EFE

Untuk dapat melihat kesempatan dan hasil dari kondisi *eksternal* perusahaan. Nilai dari matriks IFE akan di *input* ke dalam matriks IE (*Internal – Eksternal*) untuk mengetahui posisi perusahaan (Affandy, 2017).

2.11.3 Matriks IE

Matriks IE merupakan gabungan dari kedua matriks IFE dan matriks EFE sehingga menghasilkan matriks *internal – eksternal* yang berisikan sembilan macam sel atau kuadran yang menunjukkan kombinasi nilai total dari matriks IFE dan EFE (Affandy, 2017).

- 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.

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.

Berikut merupakan sembilan macam sel dari matriks IE.

		Total Skor IFE		
		4.0 Tinggi	3.0 Rata-rata	2.0 Lemah
Total Skor EFE	Tinggi 4,0	I	II	III
	Sedang 3,0	IV	V	VI
	Rendah 2,0	VII	VIII	IX

Gambar 2.6 Matrik IE (Internal Evaluation)

Gambar 2.2 Matriks IE
(Sumber : Affandy, 2017)

2.12 Analytical Hierarchy Process (AHP)

Menurut Saati dalam Hendry (2015) dikutip oleh Affandy (2017), metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) dikembangkan oleh seorang ahli matematika, yaitu Thomas L. Saaty. Metode AHP merupakan sebuah kerangka untuk mengambil suatu keputusan dengan efektif terhadap suatu persoalan yang kompleks dengan cara menyederhanakan dan mempercepat proses pengambilan keputusan dengan cara membagi persoalan-persoalan tersebut kedalam kelompok-kelompoknya, menyusun suatu variabel menjadi dalam suatu susunan hirarki, dengan cara memberi nilai numerik pada pertimbangan subjektif mengenai pentingnya setiap variabel dan mensistensi berbagai pertimbangan tersebut untuk dapat menentukan variabel yang mempunyai prioritas tertinggi dan bertindak pada mempengaruhi hasil pada situasi tersebut. Dengan metode AHP akan membantu menyelesaikan persoalan yang kompleks dengan cara membuat struktur hirarki kriteria, pihak yang berkepentingan, hasil dan dengan menarik beberapa pertimbangan untuk mengembangkan bobot atau nilai prioritas. Metode AHP juga menggabungkan kekuatan dari perasaan dengan logika yang berkaitan dengan bagian persoalan atau masalah, kemudian mensistensikan berbagai alternatif yang beragam menjadi suatu hasil yang sesuai dengan perkiraan secara intuitif sebagaimana yang ditampilkan pada alternatif yang telah dibuat.

Menurut Saaty dalam Amin Syukron (2014) dikutip oleh Affandy (2017), terdapat tiga prinsip pokok yang harus diperhatikan dalam menggunakan metode AHP, yaitu sebagai berikut :

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.

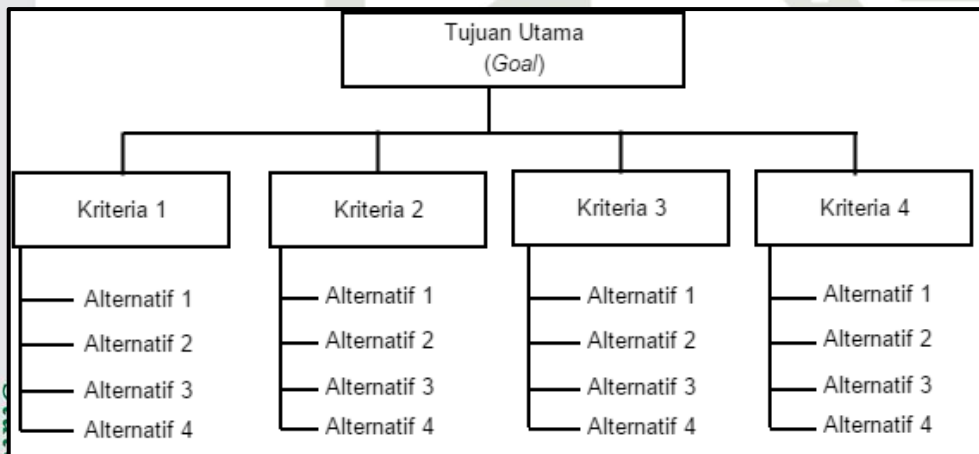
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Menyusun suatu hirarki dengan cara menggambarkan dan menguraikan persoalan yang menjadi unsur atau kriteria yang lebih kecil.
2. Menetapkan prioritas dan sintesis, dimana penetapan prioritas yaitu menentukan tingkat prioritas kriteria-kriteria menurut tingkat kepentingannya.
3. Konsistensi logis, adalah bahwa semua kriteria dikelompokkan dengan logis dan diperingkatkan dengan konsisten sesuai kriteria yang logis.

2.12.1 Prosedur atau Tahapan Metode AHP

Menurut Kadarsyah dan Ali (1998) dikutip oleh Munthafa dan Mubarak (2017), tahapan yang harus dilakukan dalam metode AHP adalah sebagai berikut :

1. Mendefinisikan permasalahan serta menentukan solusi yang tepat.
2. Membuat model struktur hierarki yang dimulai dengan tujuan utama.



Gambar 2.2 Struktur Hierarki Metode AHP
 (Sumber : Munthafa dan Mubarak, 2017)

3. Membuat matrik perbandingan berpasangan yang menunjukkan pengaruh setiap elemen terhadap tujuan atau kriteria yang setingkat di atasnya atau kontribusi *reltive* dari tiap elemen.

Tabel 2.2 Matriks Perbandingan Berpasangan

	Kriteria-1	Kriteria-2	Kriteria-3	Kriteria-n
Kriteria-1	K11	K12	K13	K1n
Kriteria-2	K21	K22	K23	K2n
Kriteria-3	K31	K32	K33	K3n
Kriteria-m	Km1	Km2	Km3	Kmn

(Sumber : Munthafa dan Mubarak, 2017)

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.

4. Mendefinisikan perbandingan berpasangan sehingga didapatkan skor penilai seluruhnya sebanyak $n \times [(n-1)/2]$ buah, nilai n yaitu jumlah elemen yang dibandingkan.

Tabel 2.3 Skala Penilaian Perbandingan Berpasangan

Intensitas Kepentingan	Keterangan
1	Kedua elemen sama penting
3	Elemen yang satu sedikit lebih penting dari elemen lainnya
5	Elemen yang satu lebih penting dari dari elemen lainnya
7	Elemen yang satu sangat penting dari elemen lainnya
9	Elemen yang satu mutlak sangat penting dari elemen lainnya
2,4,6,8	Nilai-nilai antara dua nilai pertimbangan yang berdekatan
Kebalikan	Jika aktifitas i mendapat satu angka dibandingkan dengan aktifitas j maka j memiliki nilai kebalikan dibandingkan i .

(Sumber : Munthafa dan Mubarak, 2017)

5. Menghitung nilai eigen vector dan menguji konsistensinya. Apabila tidak konsisten, maka diperlukan pengambilan data ulang.
6. Mengulangi langkah 3,4, dan 5 pada seluruh tingkat hierarki.
7. Menghitung vector eigen dari setiap matriks perbandingan berpasangan yang merupakan bobot dari setiap elemen untuk menentukan prioritas elemen dari tingkat elemen terendah hingga mencapai tujuan.
Untuk mendapatkan normalisasi matriks, dilakukan perhitungan dengan cara menjumlahkan nilai tiap kolom yang bersangkutan, dan menjumlahkan nilai-nilai dari setiap baris serta membangnya dengan jumlah elemen untuk mendapatkan nilai rata-rata.

Apabila A merupakan matriks perbandingan berpasangan, maka vektor bobot berbentuk :

$$(A)(w^T) = (n)(w^T) \quad \dots (2.6)$$

Dapat didekati dengan cara :

- 1) Melakukan penormalan pada setiap kolom j dalam matriks A, hingga menjadi:

$$\sum_i \alpha(i,j) = 1 \quad \dots (2.7)$$

Sebut sebagai A'.

- 2) Menghitung nilai rata-rata pada setiap baris i dalam A' :

$$w_i = \frac{1}{n} \sum_i \alpha(i,j) \quad \dots (2.8)$$

Dengan bobot w_i merupakan bobot tujuan ke-i dari vektor bobot.

8. Memeriksa konsistensi hirarki.

Misal A merupakan matriks perbandingan berpasangan dan w merupakan vektor bobot, maka konsistensi dari vektor bobot w dapat diuji dengan cara sebagai berikut :

- 1) Hitung : $(A)(w^T)$

$$\lambda \text{ maks} = \frac{\text{Jumlah}}{n} \quad \dots (2.9)$$

- 2) Hitung indeks konsistensi :

$$CI = \frac{(\lambda \text{ Maks} - n)}{n - 1} \quad \dots (2.10)$$

- 3) Indeks random RI_n merupakan nilai rata-rata CI yang dipilih secara acak pada A dan diberikan sebagai :

n	2	3	4	5	6	7	...
RI_n	0	0,58	0,90	1,12	1,24	1,32	...

- 4) Hitung rasio konsistensi :

$$CR = \frac{CI}{RI_n} \quad \dots (2.11)$$

- a. Jika $CI = 0$, maka hierarki konsisten.
- b. Jika $CR < 0,1$ maka hierarki cukup konsisten.

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.

- c. Jika $CR > 0,1$ maka hierarki sangat tidak konsisten.

2.12.2 Kelebihan dan Kelemahan Metode AHP

Seperti layaknya sebuah metode analisis, AHP juga mempunyai kelebihan dan kelemahan dalam analisisnya. Dimana kelebihan-kelebihan metode AHP adalah sebagai berikut (Munthafa dan Mubarak, 2017) :

1. Kesatuan (*Unity*)

Metode AHP bisa membuat suatu permasalahan yang luas dan tidak terstruktur menjadi suatu model yang mudah dipahami dan lebih fleksibel.

2. Kompleksitas (*Complexity*)

Metode AHP dapat menyelesaikan suatu permasalahan yang kompleks dengan melakukan pendekatan sistem dan pengintegrasian secara deduktif.

3. Saling Ketergantungan (*Interdependence*)

Metode AHP bisa digunakan untuk elemen-elemen sistem yang saling bebas dan tidak memperhatikan hubungan linier.

4. Struktur Hirarki (*Hierarchy Structuring*)

Metode AHP dapat mewakili pemikiran alamiah yang biasanya mengelompokkan elemen sistem menjadi suatu level-level yang berbeda dari masing-masing level elemen tersebut.

5. Pengukuran (*Measurement*)

Metode AHP menggunakan skala dalam pengukuran dan metode sehingga mendapatkan prioritas.

6. Sintesis (*Synthesis*)

Metode AHP menuju pada perkiraan keseluruhan tentang seberapa pentingnya masing-masing dari alternatif.

7. *Trade Off*

Metode AHP mampu membantu suatu individu atau kelompok dalam memilih alternatif terbaik berdasarkan tujuan dengan mempertimbangkan prioritas relatif pada faktor-faktor sistem.

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.

8. Penilaian dan Konsensus (*Judgement and Consensus*)

Metode AHP dapat menggabungkan hasil penilaian yang berbeda tetapi tidak mengharuskan adanya suatu konsensus.

9. Pengulangan Proses (*Process repetition*)

Metode AHP mampu mengembangkan penilaian dan pengertian individu atau kelompok melalui proses pengulangan serta mampu membuat individu atau kelompok menyaring definisi dari suatu permasalahan yang ada.

Selain kelebihan-kelebihan yang telah dijabarkan, metode AHP juga mempunyai kelemahan. Adapun kelemahan-kelemahan metode AHP adalah sebagai berikut (Munthafa dan Mubarak, 2017) :

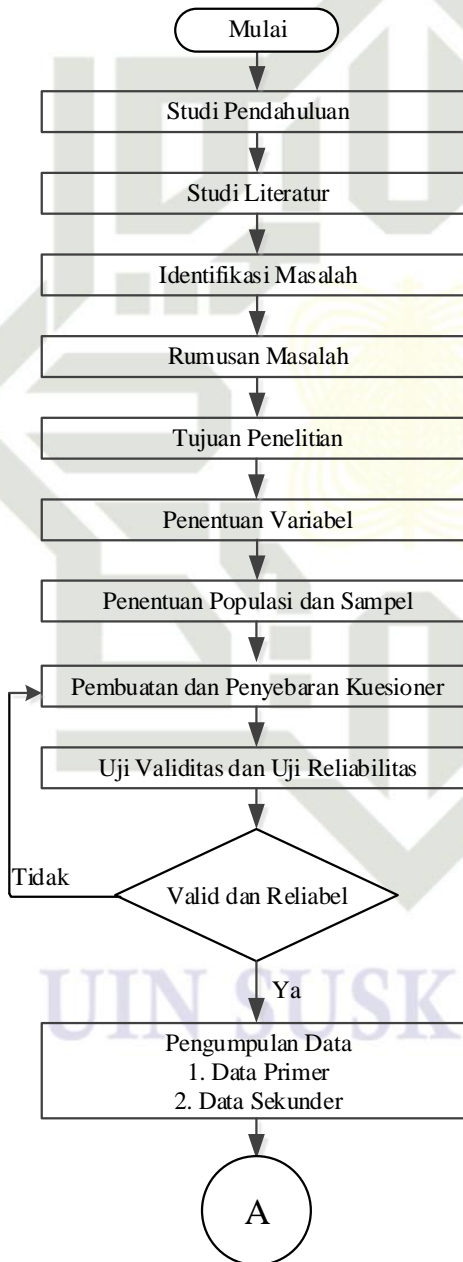
1. Model AHP bergantung pada input utamanya. Dimana input utama berupa pandangan dari seorang ahli sehingga hal ini melibatkan subyektifitas dari sang ahli. Sehingga, model yang telah dibuat menjadi tidak berarti apabila penilaian ahli tersebut memberikan penilaian yang tidak tepat.
2. Metode AHP tidak memiliki batas kepercayaan dari kebenaran model yang terbentuk, karena metode ini hanya sebuah metode matematis tanpa ada pengujian statistik.

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.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

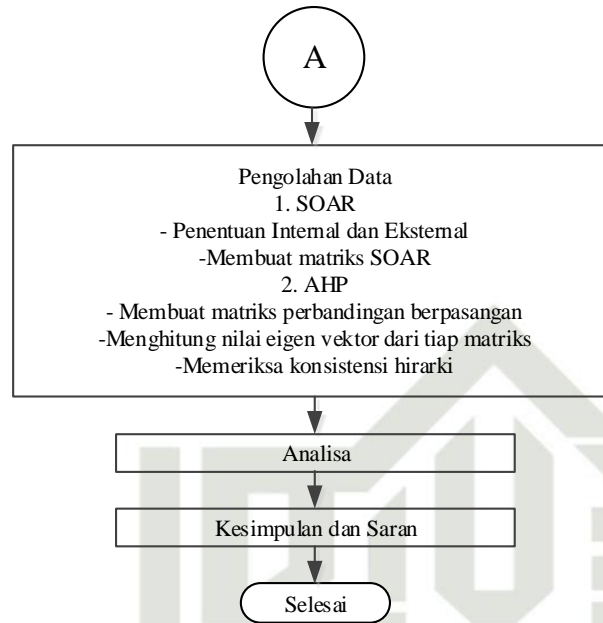
Metodologi penelitian adalah suatu tahapan-tahapan yang akan dilewati dalam melakukan penelitian. Metodologi penelitian dibuat agar penelitian yang dibuat lebih terarah dan sistematis. Adapun tahapan atau langkah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 3.1 *Flowchart* Penelitian

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.



Gambar 3.1 *Flowchart* Penelitian (Lanjutan)

3.1 Studi Pendahuluan

Studi pendahuluan adalah studi yang dilakukan untuk mendapatkan informasi mengenai penelitian yang akan dilakukan. Tujuan dari studi pendahuluan adalah untuk mencari dan menetapkan topik yang akan menjadi fokus suatu permasalahan. Studi pendahuluan dilakukan dengan cara observasi langsung ke *Home Industry* Amplang Udang Aska dan melakukan wawancara dengan pemilik *Home Industry* Amplang Udang Aska. Selain observasi di *Home Industry*, observasi juga dilakukan di pasar mengenai permasalahan yang menyebabkan penurunannya penjualan Amplang Udang Aska.

3.2 Studi Literatur

Studi literatur yaitu mencari referensi teori yang relevan dengan permasalahan yang akan dibahas. Dimana studi literatur berisikan teori-teori dan konsep-konsep yang akan dijadikan bahan rujukan yang mendukung dan mempermudah dalam memecahkan permasalahan terhadap objek yang akan diteliti. Sumber-sumber studi literatur dapat diperoleh dari buku maupun karya ilmiah seperti jurnal yang berhubungan dengan permasalahan.

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.

3.3 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah merupakan proses dan hasil dari pengenalan masalah. Identifikasi masalah dilakukan dengan cara mendeteksi permasalahan pada objek yang akan diteliti. Tujuan dari indentifikasi masalah adalah untuk mengetahui permasalahan pemasaran yang terjadi di *Home Industry* Amplang Udang Aska.

3.4 Rumusan Masalah

Rumusan masalah adalah usaha untuk menyatakan secara tersurat pertanyaan penelitian apa saja yang perlu dijawab dan dicarikan solusi dari permasalahan tersebut. Dengan kata lain, rumusan masalah yaitu pertanyaan yang rinci mengenai lingkup permasalahan yang akan diteliti. Tujuan dari perumusan masalah adalah agar fokus pada titik permasalahan yang akan diteliti. Dimana rumusan masalah pada penelitian ini yaitu bagaimana merencanakan strategi pemasaran dengan menggunakan metode SOAR dan *Analytical Hierarcy Process* (AHP) pada *Home Industry* Amplang Udang Aska.

3.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian berkaitan dengan rumusan masalah yang ditetapkan dan jawabannya terdapat pada kesimpulan penelitian. Tujuan penelitian dibuat agar dapat menjawab permasalahan yang terjadi dalam suatu penelitian. Tujuan penelitian perlu ditetapkan agar penelitian dapat fokus pada tujuan yang diinginkan. Dimana tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis apa saja faktor yang mempengaruhi pemasaran Amplang Udang Aska dan merencanakan strategi pemasaran Amplang Udang Aska dengan menggunakan metode SOAR dan AHP.

3.6 Penentuan Variabel

Variabel penelitian terdiri dari variabel eksternal dan internal perusahaan atau *home industry*. Variabel eksternal merupakan suatu faktor yang mempengaruhi yang berasal dari luar kendali dari *home industry*. Variabel eksternal terdiri dari lingkungan ekonomi, lingkungan politik dan hukum, lingkungan teknologi, dan lingkungan sosial budaya. Sedangkan variabel internal

terdiri dari pemasaran, keuangan, *Research and Development* (R&D), operasi, sumber daya manusia (SDM), sistem informasi, dan teknologi.

3.7 Penentuan Populasi dan Sampel

Populasi dapat dikatakan sebagai keseluruhan dari obyek yang akan diteliti, sedangkan sampel yaitu bagian dari populasi yang akan menjadi fokus obyek yang akan diteliti. Penentuan populasi dan sampel dilakukan agar data yang didapat sesuai dengan kebutuhan penelitian. Penentuan pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *Non Probability Sampling* dengan jenis *Insidental Sampling*, dimana maksudnya adalah penentuan sampel ini berdasarkan spontanitas, dimana setiap siapa aja yang datang dianggap memenuhi kriteria untuk penelitian. Pada penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui jumlahnya, jadi untuk menentukan jumlah sampel dapat menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{(Z_{\frac{\alpha}{2}})^2 p \cdot q}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

$Z_{\frac{\alpha}{2}}$ = Nilai Z dari distribusi normal yaitu 1,96 (dengan tingkat kepercayaan 95%)

p = Proporsi yang dianggap benar (95%)

q = Proporsi yang dianggap salah (5%)

Berdasarkan rumus diatas, dapat dihitung penentuan jumlah sampel pada penelitian ini yaitu :

$$n = \frac{(Z_{\frac{\alpha}{2}})^2 p \cdot q}{d^2}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,95)(0,05)}{(0,05)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,0475}{0,0025}$$

$$n = \frac{0,182476}{0,0025}$$

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

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

$$n = \frac{72,9904}{1} = 72,9904$$

$$n = \frac{72,9904}{1} \approx 73$$

Jadi, berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan maka jumlah sampel yang diambil pada penelitian ini yaitu sebanyak 73 responden.

3.8 Pembuatan dan Penyebaran Kuesioner

Pembuatan kuesioner dilakukan dengan mempertimbangkan faktor internal dan eksternal dari perusahaan atau *home industry*. Sedangkan penyebaran kuesioner dilakukan di Tembilahan, kuesioner akan disebar atau dibagikan kepada karyawan, pemilik *home industry*, pemilik warung yang menjual Amplang Udang Aska, dan konsumen. Adapun indicator-indikator pertanyaan kuesioner pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1 Kuesioner Penelitian

NO	Faktor Internal-Eskternal	RATING			
	KEKUATAN	1	2	3	4
1	Rasa produk enak				
2	Produk tanpa bahan pengawet				
3	Harga sesuai dengan kualitas				
4	Memiliki beberapa variasi harga				
	Promosi dilakukan secara maksimal				
	Lokasi penjualan produk strategis				
	Menggunakan modal sendiri				
ASPIRASI		1	2	3	4
	Produk dapat bersaing dan bertahan dipasaran				
	Mendapatkan diskon jika melakukan pembelian dalam jumlah banyak				
	Melakukan promosi secara <i>offline</i> maupun <i>online</i>				
	Penjualan produk bisa diperluas dengan melakukan penjualan secara <i>online</i>				

- 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.

- 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.

Tabel 3.1 Kuesioner Penelitian (Lanjutan)

	KESEMPATAN	1	2	3	4
12	Penjualan meningkat ketika bulan ramadhan atau mendekati lebaran				
	Secara finansial usaha yang dilakukan menguntungkan dan bisa dilanjutkan				
	Perkembangan dunia bisnis, promosi bisa dilakukan secara <i>online</i>				
	Bahan baku mudah didapatkan dan terjangkau				
	Pangsa pasar masih luas				
17	Adanya kebijakan pemerintah dalam mendukung usaha masyarakat				
	HASIL	1	2	3	4
18	Meningkatnya penjualan yang dilakukan oleh pihak <i>home industry</i>				
19	Terjalannya kerjasama yang baik antar pihak				
20	Meningkatnya <i>skill</i> karyawan dan penjual dalam memasarkan produk				
21	Memperluas jangkauan pemasaran				

Pedoman pengukuran kuesioner rating :

Skala 4 : Jika respon perusahaan sangat kuat terhadap faktor tersebut

Skala 3 : Jika respon perusahaan kuat terhadap faktor tersebut

Skala 2 : Jika respon perusahaan lemah terhadap faktor tersebut

Skala 1 : Jika respon perusahaan sangat lemah terhadap faktor tersebut

3.9 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana instrument yang digunakan dapat mengukur secara tepat. Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan antara r_{hitung} dengan r_{tabel} . Data dapat dikatakan valid jika r_{hitung} lebih

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.

besar dari pada r_{tabel} . Adapun rumus korelasi untuk mencari koefisien korelasi hasil dari uji instrument dan uji kriterianya adalah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n(\sum x_i y_i) - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{(n(\sum x_i^2) - (x_i)^2)(n(\sum y_i^2) - (y_i)^2)}}$$

Keterangan :

- r_{xy} = Koefisien korelasi
- n = Jumlah responden
- x_i = Nilai tiap item pada instrument
- y_i = Nilai tiap item pada kriteria

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui kehandalan atau kestabilan konsisten oleh responden dalam menjawab pertanyaan atau pernyataan dari kuesioner (instrument). Uji validitas dapat dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$r = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

- r = Koefisien *reability instrument (cronbach alfa)*
- k = Total pertanyaan
- $\sum \sigma_i^2$ = Jumlah varian skor tiap item
- σ_t^2 = Jumlah varian

Perhitungan reliabilitas dari suatu instrument dilakukan dengan menggunakan rumus *Cronbachs Alpha*, dimana *Cronbachs Alpha* merupakan suatu rumus matematis yang dipakai dalam menguji tingkat reliabilitas suatu variabel, dimana instrument bisa dikatan handal (*reliable*) apabila mempunyai koefisien kehandalan atau *alpha* dengan nilai sebesar 0,6 atau lebih.

Dalam mempermudah dalam perhitungan validitas dan reliabilitas, maka dapat menggunakan bantuan *software SPSS (Statistical Program of Science) for windows*.

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

3.10 Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan suatu kegiatan mencari data di lapangan yang akan digunakan pada suatu penelitian. Pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Informasi atau data yang dikumpulkan haruslah valid agar hasil yang didapat teruji kebenarannya. Informasi pengumpulan data diperoleh dari hasil survey pada *home industry*. Adapun data yang dikumpulkan adalah sebagai berikut :

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti. Data primer bisa diperoleh dengan cara wawancara, observasi maupun kuesioner. Pada penelitian ini data primer yang digunakan didapat dari menyebar kuesioner kepada responden Amplang Udang Aska.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang tidak dikumpulkan secara langsung oleh peneliti. Data sekunder yang dikumpulkan pada penelitian ini berupa profil *home industry*, data penjualan, dan data lainnya yang mendukung penelitian.

3.11 Pengolahan Data

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan data yang telah dikumpulkan sebelumnya. Dimana pada penelitian ini pengolahan data menggunakan metode analisa SOAR dan AHP. Dimana analisa SOAR digunakan untuk memformulasikan alternatif strategi, sedangkan metode AHP digunakan untuk mendapatkan alternatif strategi yang dihasilkan dari matrik SOAR.

3.11.1 SOAR

SOAR adalah persamaan dari *streght* (kekuatan), *opportunities* (kesempatan), *aspiration* (aspirasi), dan *result* (hasil). Metode SOAR merupakan suatu metode yang digunakan untuk menyusun strategi untuk meningkatkan usaha penjualan. Penekanan metode SOAR yaitu pada penggunaan kekuatan dan peluang yang dimiliki oleh perusahaan agar menghasilkan aspirasi dan hasil. Adapun langkah-langkah penyusunan matriks SOAR adalah sebagai berikut :

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.

1. Mengidentifikasi faktor Internal dan Eksternal

Melakukan analisa pada lingkungan internal dan eksternal untuk mendapatkan peluang yang tersedia. Selanjutnya semua peluang dan kekuatan yang dimiliki akan dimasukkan dalam analisis SOAR sehingga menghasilkan aspirasi dan hasil. Setelah menentukan faktor internal dan eskternal, maka selanjutnya melakukan perhitungan bobot dan rating.

2. Membuat Matriks SOAR

Pembuatan matriks SOAR dengan cara pencocokan dengan melakukan *input* hasil dari pembobotan internal dan eskternal. Hal ini dilakukan untuk mendapatka strategi yang sesuai pada tingkat korporat. Matriks SOAR terdiri dari SA, OA, SR, dan OR.

3.11.2 AHP

Metode AHP merupakan sebuah kerangka untuk mengambil suatu keputusan dengan efektif terhadap suatu persoalan yang kompleks dengan cara menyederhanakan dan mempercepat proses pengambilan keputusan dengan cara membagi persoalan-persoalan tersebut kedalam kelompok-kelompoknya. Dengan metode AHP akan membantu menyelesaikan persoalan yang kompleks dengan cara membuat struktur hirarki kriteria, pihak yang berkepentingan, hasil dan dengan menarik beberapa pertimbangan untuk mengembangkan bobot atau nilai prioritas. Adapun langkah-langkah perhitungan AHP adalah sebagai berikut :

1. Membuat matriks perbandingan berpasangan

Matriks ini akan menunjukkan pengaruh tiap elemen terhadap kriteria yang setingkat diatasnya atau kontribusi *relative* dari tiap elemen. Matriks ini dibuat dengan cara mengidentifikasi perbandingan berpasangan menggunakan skala penilaian yang telah ditentukan.

2. Menghitung nilai eigen vektor dari tiap matriks

Untuk mengitung nilai eigen dilakukan normalisasi matriks dengan cara menjumlahkan nilai tiap kolom yang bersangkutan, menjumlahkan nilai-nilai dari setiap baris serta membaginya dengan jumlah elemen untuk mendapatkan nilai rata-rata.

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.

3. Memeriksa konsistensi hirarki

Konsistensi hirarki dilakukan dengan menghitung nilai CI, RI_n dan CR.

3.12 Analisa

Analisa dilakukan berdasarkan pada hasil pengolahan data yang telah dilakukan dan dijelaskan dari hasil tersebut. Analisa perlu dilakukan untuk mengevaluasi hasil dari pembahasan dari suatu penelitian. Analisa yang dilakukan terhadap hasil pengolahan data yang telah dilakukan dengan menggunakan metode SOAR dan AHP.

3.13 Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan dan saran yaitu langkah terakhir dari suatu penelitian. Dimana kesimpulan adalah inti dari pokok permasalahan yang diambil dari hasil pengolahan terhadap penelitian yang dilakukan. Kesimpulan akan menjawab dari tujuan penelitian. Sedangkan saran berisikan masukan dan arahan mengenai hal yang dapat dilakukan untuk menutupi kekurangan yang ada, baik bagi *home industry* maupun bagi peneliti. Saran bersifat membangun untuk kemajuan *home industry* dan penelitian di masa yang akan datang.

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka didapat kesimpulan yaitu sebagai berikut :

1. Beberapa faktor yang mempengaruhi pemasaran Amplang Udang Aska dengan analisis matriks SOAR yaitu :
 - a. Berdasarkan faktor *internal* (IFE), kekuatan utama *home industry* terletak pada rasa produk enak, produk tanpa bahan pengawet dan menggunakan modal sendiri. Sedangkan aspirasi utama *home industry* terletak pada mendapatkan diskon jika melakukan pembelian dalam jumlah banyak dan penjualan produk bisa diperluas dengan melakukan penjualan secara *online*.
 - b. Berdasarkan faktor *external* (EFE), kesempatan utama *home industry* terletak pada secara finansial usaha yang dilakukan menguntungkan dan bisa dilanjutkan. Sedangkan hasil utama *home industry* terletak pada terjalinnya kerjasama yang baik antar pihak.
 - c. Berdasarkan hasil dari matriks IFE 3,76 dan EFE 3,723, didapat matriks IE berada pada kuadran I yaitu strategi tumbuh dan membangun.
 - d. Berdasarkan analisis faktor *internal* dan faktor *eksternal eksternal*, maka didapat beberapa alternatif strategi berdasarkan matriks SOAR, yaitu strategi SA, OA, SR, dan OR.
2. Strategi pemasaran yang akan digunakan berdasarkan perhitungan metode AHP yaitu strategi SR (menggunakan kekuatan untuk mencapai hasil) dengan nilai prioritas 0,62.

6.2 Saran

Adapun yang dapat diberikan oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Bagi Penulis

Diharapkan dari penelitian ini dapat bermanfaat untuk pengembangan dan pengetahuan khususna dalam manajemen pemasaran.

2. Bagi Perusahaan (*Home Industry*)

Diharapkan dengan adanya penilitian ini, *Home Industry* Amplang Udang Aska dapat mempertimbangkan dan mengaplikasikan hasil penelitian yang diperoleh dalam upaya meningkatkan penjualan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat menjadi sumber ide dan dapat mengembangkan konsep dan metode lain yang dapat digunakan untuk menganalisis strategi pemasaran.

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.

DAFTAR PUSTAKA

- Affandy, M. R. (2017). Perencanaan Strategi Pemasaran Perhiasan Imitasi dengan Metode Analisis SWOT dan Analytical Hierarcy Process (Studi Kasus : UD. Aqila). *Jurnal Matrik Vol XVIII No 1*, 62-64.
- Astuti, A., Pinasti, E., & Bramasto, A. (2019). Pengaruh Budaya Organisasi dan Teknologi Informasi Terhadap Kualitas Sisem Informasi Akuntansi pada PT. Inti (Persero). *Jurnal Riset Akuntansi Vol XI No 1*, 7.
- Atmaja, K. J., & Wijaya, N. S. (2019). Pengembangan Sistem Evaluasi Kinerja Dosen (E-Kuesioner) STMIK Stikom Indonesia. *Jurnal Sains dan Teknologi Vol 8 No 1*, 56.
- Boediono, & Koster, W. (2001). *Teori dan Aplikasi Statistika dan Probabilitas*. Jakarta: PT Remaja Rosdakarya.
- Bora, M. A. (2017). Analisa Kepuasan Penggunaan E-Learning Cloud Sekolah Tinggi Teknik (STT) Ibnu Sina Batam. *Jurnal Kreatif Industri (JIK) Vol 1 No 1*, 57.
- Chiu, C. (2018). Analisis Strategi SOAR PT. XYZ dalam Meningkatkan Penjualan Bahan Baku Kimia untuk Industri Tekstil, Kayu, Pakaian, dan Deterjen. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan Vol 2 No 2*, 122-123.
- Du, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Batam: CV Budi Utama.
- Hiayat, R., & Rahmat, R. (2018). Analisis SWOT Sebagai Dasar Keputusan Strategi Pemasaran pada Perusahaan Server Pulsa di Kota Batam (Studi Kasus pada CV. Star Pratama). *Journal of Applied Business Administration Vol 2 No 1*, 97-99.
- Menthafa, A. E., & Mubarak, H. (2017). Penerapan Metode Analytical Hierarcy Process dalam Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Mahasiswa Berprestasi. *Jurnal Siliwangi Vol 3 No 2*, 193-194.
- Riansyah, F., Amin, D. E., & Aziz, R. (2018). Pemberdayaan Home Industry dalam Peningkatan Ekonomi Masyarakat. *Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam Vol 3 No 2*, 89-91.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

- Sandjaja, I. E., & Purnamasari, D. (2017). Perancangan Kuisisioner Survei Galangan. *Technology Science and Engineering Journal Vol 1 No 1*, 28-29.
- Sudiman. (2018). Strategi Pemasaran PT X dalam Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan Vol 2 No 3*, 3.
- Sujono, & Santoso, H. B. (2017). Analisis Kualitas E-Learning dalam Pemanfaatan Web Conference Metode Webqual. *Jurnal Sains dan Teknologi Vol 9 No 2*, 30.
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah : Jurnal Ilmiah Kependidikan Vol 7 No 1*, 18-19.
- Zahra, R. R., & Rina, N. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Hamida Rachmayanti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop Mayoutfit di Kota Bandung. *Jurnal Lontar Vol 6 No 1*, 49-50.
- Zamista, A. A., & Hanafi. (2020). Analisis SOAR pada Strategi Pemasaran di Industri Jasa Finance. *Jurnal Teknik Industri Vol 6 No 1*, 30.

Lampiran A

PERENCANAAN STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN METODE SOAR DAN *ANALYTICAL HIERARCY PROCESS* (AHP) PADA *HOME INDUSTRY* AMPLANG UDANG ASKA

KUESIONER

Arahan : Silahkan beri tanda (\checkmark) dalam kotak yang telah disediakan

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan
3. Status : Kawin Tidak Kawin
4. Umur : \leq 15 Tahun
 15 – 20 Tahun
 21 – 25 Tahun
 26 – 30 Tahun
 31 – 35 Tahun
 36 – 40 Tahun
 \geq 41 Tahun
5. Pendidikan Tertinggi : SD
 SMP
 SMA / SMK
 Akademi (D1, D2, D3)
 Sarjana (S1, S2, S3)
6. Pekerjaan : Pelajar / Mahasiswa Nelayan
 Guru / Dosen Wirausaha
 Pegawai Negeri Pedagang
 Ibu Rumah Tangga Karyawan
 Petani Dll

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.

	KESEMPATAN	1	2	3	4
12	Penjualan meningkat ketika bulan ramadhan atau mendekati lebaran				
	Secara finansial usaha yang dilakukan menguntungkan dan bisa dilanjutkan				
	Perkembangan dunia bisnis, promosi bisa dilakukan secara <i>online</i>				
	Bahan baku mudah didapatkan dan terjangkau				
	Pangsa pasar masih luas				
	Adanya kebijakan pemerintah dalam mendukung usaha masyarakat				
	HASIL	1	2	3	4
18	Meningkatnya penjualan yang dilakukan oleh pihak <i>home industry</i>				
19	Terjalannya kerjasama yang baik antar pihak				
20	Meningkatnya <i>skill</i> karyawan dan penjual dalam memasarkan produk				
21	Memperluas jangkauan pemasaran				

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.

PERENCANAAN STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN METODE SOAR DAN *ANALYTICAL HIERARCY PROCESS* (AHP) PADA *HOME INDUSTRY* AMPLANG UDANG ASKA

KUESIONER

Arahan : Silahkan beri tanda (\surd) dalam kotak yang telah disediakan

7. Nama :
8. Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan
9. Status : Kawin Tidak Kawin
10. Umur : \leq 15 Tahun
 15 – 20 Tahun
 21 – 25 Tahun
 26 – 30 Tahun
 31 – 35 Tahun
 36 – 40 Tahun
 \geq 41 Tahun
11. Pendidikan Tertinggi : SD
 SMP
 SMA / SMK
 Akademi (D1, D2, D3)
 Sarjana (S1, S2, S3)
12. Pekerjaan : Pelajar / Mahasiswa Nelayan
 Guru / Dosen Wirausaha
 Pegawai Negeri Pedagang
 Ibu Rumah Tangga Karyawan
 Petani Dll

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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

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

Penentuan Alternatif Strategi Menggunakan Metode AHP (*Analytical Hierarchy Process*)

Pemilihan alternatif strategi pemasaran menggunakan metode AHP merupakan tahap akhir dari analisis strategi berdasarkan hasil yang didapat dari matriks SOAR. Adapun alternatif strategi yang didapat dari matriks SOAR adalah sebagai berikut :

1. Strategi SA

- a. Mempertahankan rasa dan meningkatkan kualitas sehingga dapat bersaing dipasaran.
- b. Melakukan promosi dengan maksimal baik secara *offline* maupun *online*.
- c. Memanfaatkan lokasi penjualan yang strategis sehingga produk bertahan dipasaran.

2. Strategi OA

- a. Memanfaatkan peningkatan penjualan pada ramadhan dengan memberi diskon jika melakukan pembelian dalam jumlah banyak.
- b. Memanfaatkan perkembangan dunia bisnis sehingga bisa memperluas penjualan dengan sistem *online*.

3. Strategi SR

- a. Meningkatkan kualitas dan cita rasa serta memaksimalkan promosi sehingga penjualan produk dapat meningkat.
- b. Menggunakan lokasi penjualan (pedagang atau penjual) untuk menjalin kerjasama yang baik antar pihak.
- c. Memanfaatkan variasi harga produk untuk meningkatkan *skill* dalam memasarkan produk.

4. Strategi OR

- a. Memanfaatkan pangsa pasar yang masih luas dengan meningkatkan *skill* dalam memasarkan produk.
- b. Memanfaatkan kebijakan pemerintah agar terjalinnya kerjasama yang baik antar pihak.
- c. Memanfaatkan pangsa pasar yang masin lias agar memperluas jangkauan pemasaran ke wilayah 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.

Petunjuk Pengisian :

Beri tanda (√) pada salah kolom yang paling sesuai dengan penilaian anda terhadap masing-masing alternatif strategi, dengan pedoman sebagai berikut :

Intensitas Kepentingan	Keterangan
1	Kedua elemen sama penting
3	Elemen yang satu sedikit lebih penting dari elemen lainnya
5	Elemen yang satu lebih penting dari dari elemen lainnya
7	Elemen yang satu sangat penting dari elemen lainnya
9	Elemen yang satu mutlak sangat penting dari elemen lainnya
2,4,6,8	Nilai-nilai antara dua nilai pertimbangan yang berdekatan

Strategi	Intensitas Kepentingan																	Strategi
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
OA																		OA
SR																		SR
OR																		OR
SR																		SR
OR																		OR
OR																		OR

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.

Lampiran B

Rekapitulasi Kuesioner Faktor *Internal* dan *Eksternal*

Rekapitulasi Faktor *Internal*

NO	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	Jumlah
1	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	41
2	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	36
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
Total	16	16	15	15	14	15	16	14	15	14	15	165

Rekapitulasi Faktor *Eksternal*

NO	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	Jumlah
1	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	34
2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
3	3	4	4	4	2	2	3	3	3	3	31
4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	38
5	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	35
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
8	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	38
9	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	15
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
11	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	36
12	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
13	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
14	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	34
15	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	38
16	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	38
17	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	37
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
19	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	37
20	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	37
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
22	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	37
23	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	34
24	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	38
25	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	35
26	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

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.

© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Rekapitulasi Faktor *External* (Lanjutan)

NO	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	Jumlah
28	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	38
29	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	37
30	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	36
31	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	38
32	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	38
33	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
34	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	37
35	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	36
36	3	4	4	3	2	4	4	3	4	4	35
37	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	38
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
39	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	34
40	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
41	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	38
42	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	37
43	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	35
44	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
45	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
46	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	37
47	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	38
48	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
49	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	37
50	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	38
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
52	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	38
53	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
54	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
55	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	37
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
57	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	37
58	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	36
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
60	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
61	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	38
62	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	37
63	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	37
64	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
65	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	38
66	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39

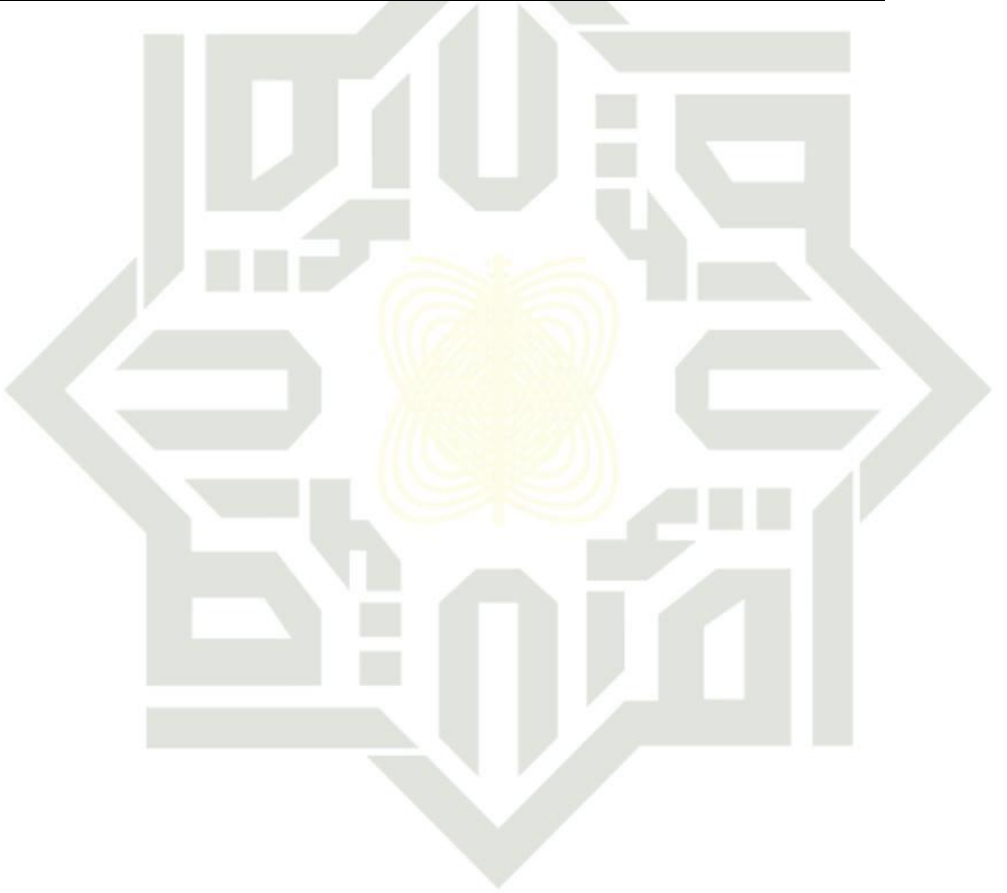
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

Rekapitulasi Faktor *External* (Lanjutan)

NO	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	Jumlah
67	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
68	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	38
69	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	38
70	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	38
71	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	38
72	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
73	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
Total	268	276	272	271	272	271	272	274	271	273	2720



UIN SUSKA RIAU

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.

Dokumentasi



Lampiran C

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU

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.



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.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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.

Lampiran D

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Tirta Emelia dilahirkan di Tanjung Baru, Inhil pada tanggal 28 Juli 1999 anak dari pasangan ayahanda bernama Faisal (Alm) dan Ibunda bernama Suryani. Penulis merupakan anak pertama dari 3 (tiga) bersaudara. Adapun perjalanan penulis dalam jenjang menuntut Ilmu Pengetahuan, penulis telah mengikuti pendidikan formal sebagai berikut:

Tahun 2003	Memasuki TK PADU Srigemilang Tanjung Baru, Inhil, dan menyelesaikan pendidikan TK pada Tahun 2005
Tahun 2005	Memasuki Sekolah Dasar Negeri 009 Tanjung Baru, Inhil, dan menyelesaikan pendidikan SD pada Tahun 2011
Tahun 2011	Memasuki Sekolah Menengah Pertama 01 Pulau Burung, Inhil, dan menyelesaikan pendidikan SMP pada Tahun 2014
Tahun 2014	Memasuki Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Tanah Merah, Inhil, dan menyelesaikan pendidikan SMA pada Tahun 2017
Tahun 2017	Terdaftar sebagai mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Syarif Kasim Riau, Jurusan Teknik Industri.
Nomor Handphone	0822-8553-5165
E-Mail	tirtaemelia07@gmail.com

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.