

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA UMKM
RYSMANDA COLLECTION DENGAN PENDEKATAN
BUSINESS MODEL CANVAS
(Studi Kasus: Rysmanda Collection)**

TUGAS AKHIR

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



oleh:

FADHIL ARRAHMAN
11750215298



UIN SUSKA RIAU

**FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2022**

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

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA UMKM RYSMANDA COLLECTION DENGAN PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS*

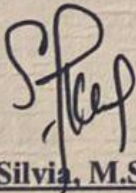
TUGAS AKHIR

oleh:

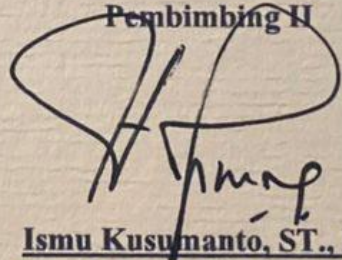

FADHIIL ARRAHMAN
1750215298

Telah diperiksa dan disetujui sebagai laporan tugas akhir
Di Pekanbaru, pada tanggal Juli 2022


Pembimbing I


Silvia, M.Si
NIP. 19780917 200912 1 003

Pembimbing II


Ismu Kusumanto, ST., MT
NIP. 19730412 200710 1 002

Ketua Jurusan


Misra Hartati, ST., MT
NIP. 19820527 201503 2 002

© 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.

LEMBAR PENGESAHAN

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA UMKM RYSMANDA COLLECTION DENGAN PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS*

TUGAS AKHIR

oleh



FADHILL ARRAHMAN
11750215298

Telah dipertahankan di depan sidang dewan penguji
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik
Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Sultan Syarif Kasim Riau
di Pekanbaru, pada tanggal Juli 2022

Pekanbaru, Juli 2022
Mengesahkan,
Ketua Jurusan

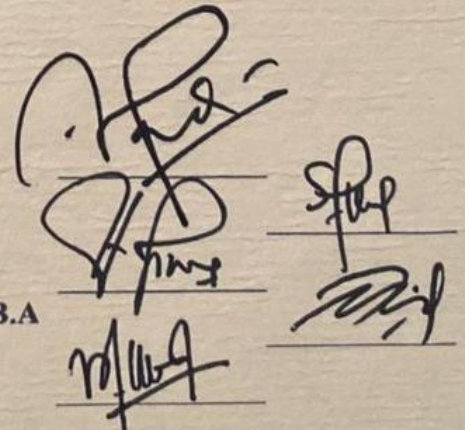
Dekan


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


Misra Hartati, ST., MT
NIP. 19820527 201503 2 002

DEWAN PENGUJI :

Ketua : Anwardi. ST., MT
Sekretaris I : Silvia. M.Si
Sekretaris II : Ismu Kusumanto. ST., MT
Anggota I : Muhammad Rizki. M.T., M.B.A
Anggota II : Fitriani Surraya Lubis. M.Sc



© 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.

LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL

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 kepustakaan 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 penertiban 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 meminjamkan Tugas Akhir ini untuk anggotanya dengan mengisi nama, tanda peminjaman dan tanggal pinjam pada form peminjaman.

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.

Lampiran Surat :
Nomor : Nomor 25/2021
Tanggal: 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fadhiil Arrahman
NIM : 11750215298
Tempat/Tanggal Lahir : Bukittinggi/ 21 Juni 1998
Fakultas : Sains dan Teknologi
Prodi : Teknik Industri

Judul ~~Disertai~~/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*:

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA UMKM RYSMANDA COLLECTION DENGAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Penulisan Skripsi dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Skripsi saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 22 Juli 2022
Yang membuat Pernyataan



Fadhiil Arrahman
11750215298

**pilih salah satu sesuai karya tulis*

LEMBAR PERSEMBAHAN



Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain).” (Q.S Al-Insyirah 5-7)

Alhamdulillahirabbil alamin.

Kupersembahkan sebuah karya ini untuk Bapak dan Ibu Tercinta.

Zulkifli dan Syafitri

Terimakasih Orang Tua terhebat di dunia yang telah merawat ku dari kecil hingga aku dewasa tanpa kenal lelah. Dalam proses pendewasaan engkau selalu memberikan do'a, dorongan, nasehat dan kasih sayang serta pengorbanan yang tak tergantikan. Engkau selalu menjadi penyemangat nomor satu untuk segala pencapaiaku sampai saat ini.

Pencapaian ini juga tidak luput dari dukungan teman-teman dan orang terdekat. Tanpa kalian aku bukanlah apa-apa. Terimakasih telah menemani ku selama aku berjuang, menjadi penghibur disaat aku lelah, menjadi penyemangat saat aku menyerah.

Aku bangga memiliki teman seperti kalian

Pekanbaru, Juni 2022

Fadhiil Arrahman

- 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.

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA UMKM RYSMANDA COLLECTION DENGAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS

Oleh:

Fadhiil Arrahman

Perusn Teknik Industri, Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan
Syarif Kasim, Riau

Jl. HR. Soebrantas KM. 18 No. 155 Simpang Baru, Panam, Pekanbaru, 28293

Email: fadhiilarrahman9@gmail.com

ABSTRAK

Rysmanda *Collection* merupakan salah satu Usaha Mikro Kecil Menengah yang berada di Kota Bukittinggi. Rysmanda *Collection* bergerak dalam bidang *fashion*. Permasalahan yang terjadi pada Rysmanda *Collection* adalah UMKM ini belum mampu menjalankan model bisnis dengan efektif yang ditandai dengan pemasaran yang belum berkembang dan terjadi penurunan sehingga terjadi kerugian pada bulan Mei, Juli, Oktober dan Desember. Dalam penelitian strategi pengembangan usaha ini mengintegrasikan 3 metode yaitu *Business Model Canvas*, SWOT dan AHP. Berdasarkan penelitian tersebut didapat strategi yang diprioritaskan yaitu perluasan pangsa pasar dan memasarkan produk dengan sistem *bundling*.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan Usaha, *Business Model Canvas*, SWOT, *Analytical Hierarchy Process*, AHP

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.

BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY AT UMKM RYSMANDA COLLECTION WITH BUSINESS MODEL CANVAS

By:

Fadhiil Arrahman

Department of Industrial Engineering, Faculty of Science and Technology Sultan Syarif
Kasim State Islamic University, Riau
Jl. HR. Soebrantas KM. 18 No. 155 Simpang Baru, Panam, Pekanbaru, 28293
Email: fadhiilarrahman9@gmail.com

ABSTRACT

Rysmanda Collection is one of the Micro, Small and Medium Enterprises located in Bukittinggi City. Rysmanda Collection is engaged in fashion. The problem that occurs in the Rysmanda Collection is that these MSMEs have not been able to run a business model effectively, which is characterized by underdeveloped marketing and a decline, resulting in losses in May, July, October and December. In this business development strategy research, 3 methods are integrated, namely Business Model Canvas, SWOT and AHP. Based on the research, the prioritized strategies are market share expansion and product marketing by bundling system.

Keywords: Business Development Strategy, *Business Model Canvas*, SWOT, *Analytical Hierarchy Process*, AHP

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.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sholawat serta salam selalu tercurah kepada Baginda Rasulullah Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini tepat pada waktunya dengan judul **“STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA UMKM RYSMANDA COLLECTION DENGAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS”** sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik di Jurusan Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih dan penghargaan yang tulus kepada semua pihak yang telah banyak memberikan petunjuk, bimbingan, dorongan dan bantuan dalam penulisan laporan Tugas Akhir ini, baik secara langsung maupun tidak langsung, terutama pada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Hairunnas, 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. Ibuk Misra Hartati, ST., MT selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Anwardi, ST., MT selaku Sekretaris Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Ibuk Silvia, M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Ismu Kusumanto, ST., MT selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing dan memberikan petunjuk yang sangat berharga bagi penulis dalam penulisan laporan Tugas Akhir ini.

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.

6. Bapak Ismu Kusumanto, ST., MT selaku Dosen Pembimbing Akademis yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam membimbing penulis selama dalam perkuliahan sampai saat ini.
7. 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.
8. UMKM Rysmanda *Collection* yang telah banyak meluangkan waktunya untuk membantu pada saat observasi dan pengambilan data.
9. Teristimewa kepada Bapak tercinta Zulkifli dan Ibunda Syafitri serta adik Fakhrol Rifki Hakim, serta seluruh keluarga besar penulis yang telah banyak berjasa memberikan dukungan moril dan materil serta do'a restu sehingga dapat menempuh pendidikan hingga S1 di Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau.
10. Teman dekat penulis, Mella Intania yang selalu membantu dalam penyusunan penelitian dan membantu memberikan motivasi agar dapat menyelesaikan penelitian.
11. Teman-teman Teknik Industri Angkatan 2017, terkhusus teman-teman seperjuangan kelas B.
12. Kakanda, Ayunda dan Adinda Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang tidak dapat penulis ucapkan satu persatu.

Penulis menyadari masih terdapat kekurangan pada penulisan laporan ini. Penulis mengharapkan adanya kritik maupun saran yang bersifat membangun yang bertujuan untuk menyempurnakan isi dari laporan tugas akhir ini serta bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan pada umumnya dan bagi penulis untuk mengamalkan ilmu pengetahuan di tengah-tengah masyarakat.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pekanbaru, Juni 2022
Penulis

(Fadhiil Arrahman)

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN 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.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
1.5 Batasan Masalah	4
1.6 Sistematika Penulisan	4
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 <i>Business Model Canvas</i>	11
2.2 Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> dan Matriks <i>Eksternal Factor Evaluation</i>	12
2.3 Uji Validitas	14
2.4 Uji Reliabilitas	15

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	Analisis SWOT	15
2.6	<i>Analytical Hierarchy Process (AHP)</i>	18
	2.6.1 Tujuan <i>Analytical Hierarchy Process (AHP)</i>	19
	2.6.2 Kelebihan <i>Analytical Hierarchy Process (AHP)</i>	19
2.7	Model SWOT-AHP	20
	2.5.1 <i>Consistency Ratio</i>	20

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Studi Pendahuluan	23
3.2	Identifikasi Masalah.....	23
3.3	Perumusan Masalah	24
3.4	Penetapan Tujuan.....	24
3.5	Pengumpulan Data.....	24
3.6	Pengolahan Data	25
3.7	Analisa	32
3.8	Kesimpulan dan Saran	32

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1	Pengumpulan Data.....	33
	4.1.1 Gambaran Umum UMKM.....	33
	4.1.2 Data Keuangan.....	33
	4.1.3 Gambaran Umum Responden.....	34
	4.1.4 Analisa Business Model Canvas.....	35
4.2	Pengolahan Data	38
	4.2.1 Analisa SWOT.....	38
	4.2.1.1 Evaluasi Faktor Internal (IFE).....	38
	4.2.1.2 Evaluasi Faktor Eksternal (EFE).....	39
	4.2.2 Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> dan Matriks <i>External Factor Evaluation</i>	41
	4.2.3 Penyusunan Kuesioner.....	42
	4.2.4 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	42
	4.2.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas 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.

Internal.....	42
4.2.4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Faktor	
Eksternal	43
4.2.5 Analisa Matriks IFE, EFE, Diagram SWOT dan	
SWOT.....	44
4.2.5.1 Matriks IFE	44
4.2.5.2 Matriks EFE	49
4.2.4.3 Diagram SWOT.....	55
4.2.4.4 Matriks SWOT	57
4.2.6 Analisa Metode AHP	58
4.2.6.1 Penyusunan Diagram Hirarki	58
4.2.6.2 Matriks Perbandingan Berpasangan.....	59
4.2.6.3 Menghitung Nilai <i>Eigen Value</i>	59
4.2.6.4 Memeriksa Konsistensi Hirarki.....	60
4.2.7 Pemilihan Strategi Terpilih.....	60
4.2.8 <i>Business Model Canvas</i> Usulan.....	61
BAB V	
ANALISA	
5.1 Analisa <i>Business Model Canvas</i>	63
5.2 Analisa SWOT	65
5.2.1 Analisa Matriks IFE.....	65
5.2.2 Analisa Matriks EFE.....	65
5.2.3 Analisa Diagram SWOT.....	66
5.2.4 Analisa Matriks SWOT	66
5.3 Penyusunan Diagram Hirarki	68
5.4 Matriks Perbandingan Berpasangan	68
5.5 Menghitung Nilai Eigen Value	68
5.6 Memeriksa Konsistensi Hirarki	69
5.7 Pemilihan Strategi Terpilih.....	69
5.8 Analisa <i>Business Model Canvas</i> Usulan.....	69

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.

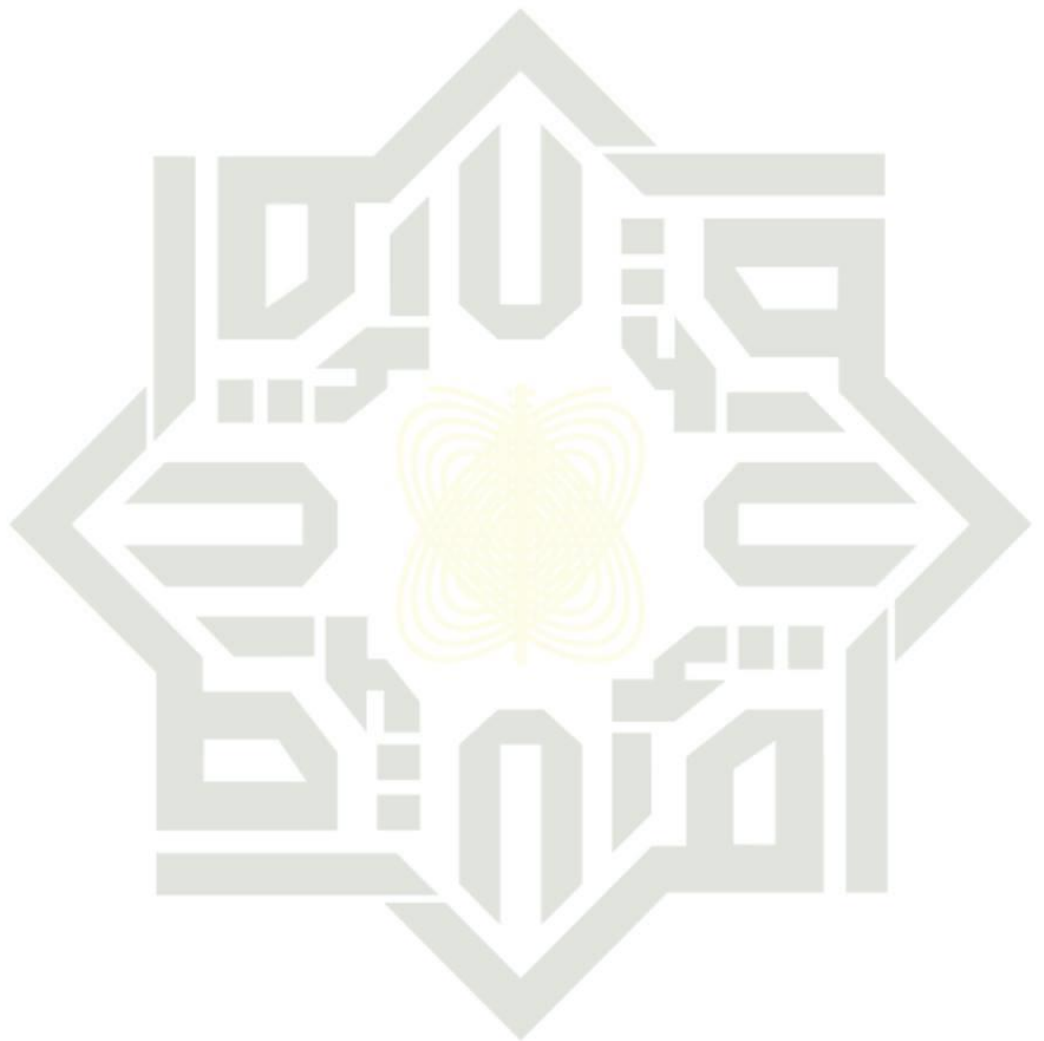
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

BAB VI

PENUTUP

6.1	Kesimpulan	71
6.2	Saran	72



UIN SUSKA RIAU

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Data Keuangan Rysmanda <i>Collection</i>	2
Gambar 2.1 <i>Business Model Canvas</i> Osterwalder.....	12
Gambar 2.2 Faktor-Faktor Kekuatan dan Kelemahan IFE.....	13
Gambar 2.3 Pembobotan IFE	13
Gambar 2.4 Faktor-Faktor Kekuatan dan Kelemahan EFE.....	13
Gambar 2.5 Pembobotan EFE	14
Gambar 2.6 Perhitungan <i>score</i> IFE dan EFE.....	14
Gambar 2.7 Diagram SWOT	17
Gambar 2.8 Bobot Prioritas Menyeluruh.....	20
Gambar 2.9 Diagram Hirarki SWOT-AHP	20
Gambar 3.1 Flowchart Metodologi Penelitian.....	22
Gambar 4.1 <i>Business Model Canvas</i>	37
Gambar 4.2 Diagram SWOT	56
Gambar 4.3 Diagram Hirarki.....	58
Gambar 4.4 <i>Business Model Canvas</i> Usulan.....	62

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.

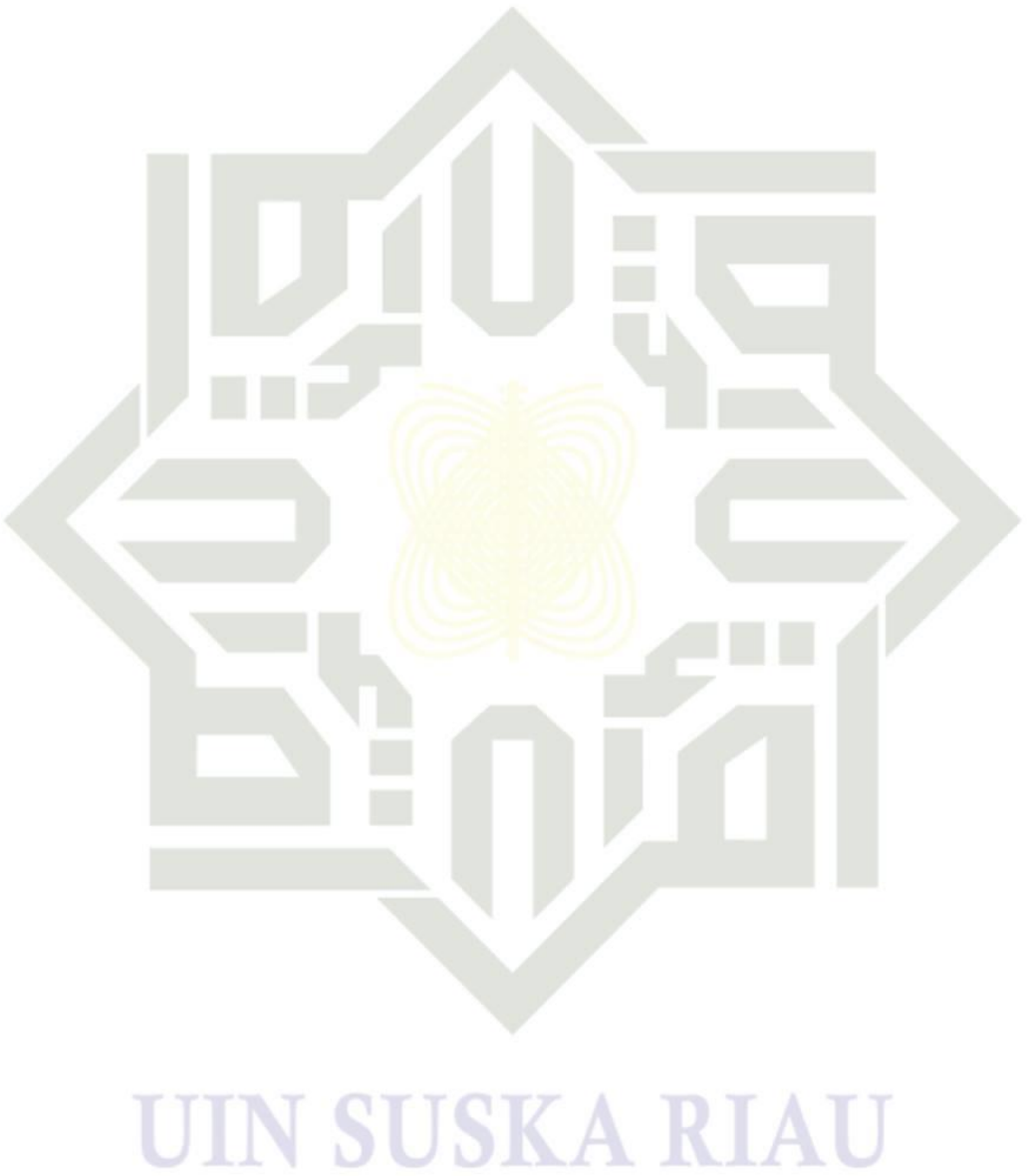
DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Matriks SWOT	16
Tabel 3.1 Sumber Pengumpulan Data	25
Tabel 3.2 Variabel Operasional	26
Tabel 3.3 Analisa SWOT Elemen-Elemen BMC	30
Tabel 3.4 Skala Nilai Penilaian	32
Tabel 4.1 Data Keuangan	33
Tabel 4.2 Data Responden <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE)	34
Tabel 4.3 Data Responden <i>External Factor Evaluation</i> (EFE)	34
Tabel 4.4 Evaluasi Faktor Internal (IFE)	38
Tabel 4.5 Evaluasi Faktor Eksternal (EFE)	40
Tabel 4.6 <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE)	41
Tabel 4.7 <i>External Factor Evaluation</i> (EFE)	41
Tabel 4.8 Hasil Validitas Internal	42
Tabel 4.9 Hasil Reliabilitas Internal	42
Tabel 4.10 Rekapitulasi Uji Validitas dan Reliabilitas Faktor Internal	43
Tabel 4.11 Hasil Validitas Eksternal	43
Tabel 4.12 Hasil Reliabilitas Eksternal	43
Tabel 4.13 Rekapitulasi Uji Validitas dan Reliabilitas Faktor Eksternal	44
Tabel 4.14 Rekapitulasi Faktor Kekuatan	47
Tabel 4.15 Rekapitulasi Faktor Kelemahan	49
Tabel 4.16 Rekapitulasi Faktor Peluang	51
Tabel 4.17 Rekapitulasi Faktor Ancaman	53
Tabel 4.18 Rekapitulasi Bobot dan Rating Faktor Internal	54
Tabel 4.19 Rekapitulasi Bobot dan Rating Faktor Eksternal	54
Tabel 4.20 Matriks SWOT	57
Tabel 4.21 Matriks Perbandingan Berpasangan	59
Tabel 4.22 Perhitungan Bobot Kriteria Matriks Perbandingan Berpasangan	59

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 4.23 Normalisasi Matriks	59
Tabel 4.24 Pemilihan Strategi Terpilih	61



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

	Halaman
Rumus 1 Uji Validitas	15
Rumus 2 Uji Reliabilitas.....	15
Rumus 3 Rata Rata Skor.....	20
Rumus 4 <i>Consistency Index</i>	21
Rumus 5 <i>Consistency Ratio</i>	21

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
Lampiran A	Dokumentasi Penelitian	A-1
Lampiran B	Berita Acara Sidang Tugas Akhir	B-1
Lampiran C	Rekapitulasi Kuesioner SWOT.....	C-1
Lampiran D	Hasil Uji Validitas Kuesioner Internal	D-1
Lampiran E	Hasil Uji Validitas Kuesioner Eksternal.....	E-1
Lampiran F	Kuesioner	F-1
Lampiran G	Biografi Penulis	G-1

Hak Cipta Diliindungi 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. Latar Belakang

Perubahan terus terjadi di berbagai sektor seperti halnya Teknologi, Sosial, Budaya, dan terutama pada sektor ekonomi. Pemerintah menerapkan salah satu strategi dalam menyikapi pembangunan pada sektor ekonomi yaitu memberdayakan dan menumbuhkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi sangat strategis karena dengan ini dapat menggerakkan kegiatan ekonomi masyarakat dan sekaligus menjadi sumber pendapatan sebagian besar masyarakat.

Pemberdayaan Koperasi dan UMKM merupakan salah satu upaya pencapaian tujuan negara dan bangsa Indonesia. Dapat dilihat pada UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah yaitu pemberdayaan UMKM merupakan bagian yang integral dalam pembangunan perekonomian nasional yang diselenggarakan secara menyeluruh, optimal, dan berkesinambungan melalui pengembangan iklim yang kondusif, pemberian kesempatan berusaha, dukungan, perlindungan, dan pengembangan usaha seluas luasnya, sehingga mampu meningkatkan kedudukan, peran, dan potensi UMKM dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan dan peningkatan pendapatan rakyat, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan (Laporan Keuangan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, 2020).

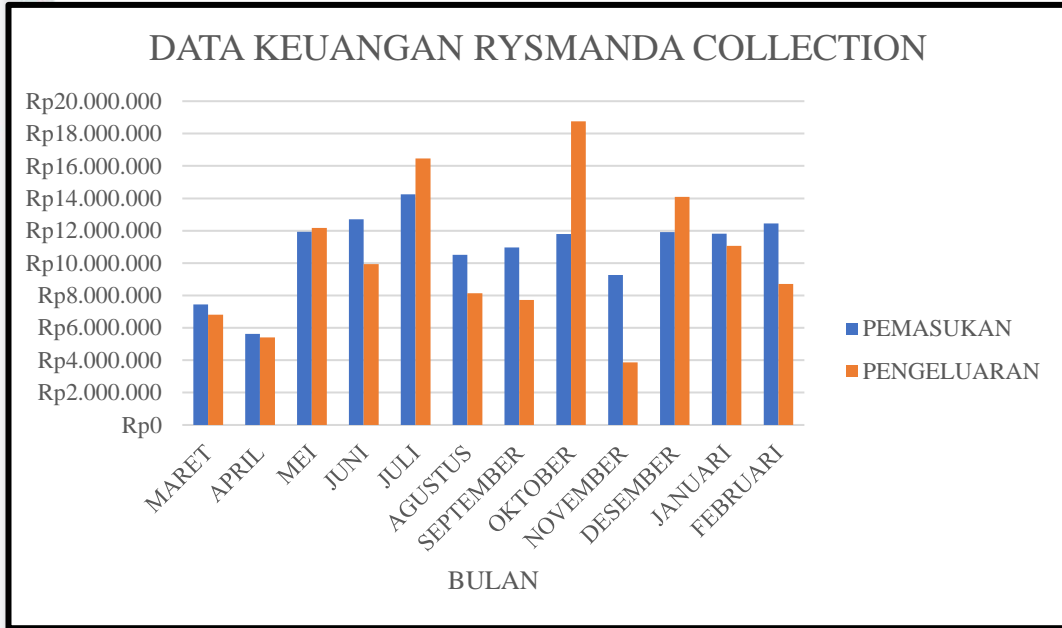
Rysmanda *Collection* merupakan salah satu Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang berada di Kota Bukittinggi. Rysmanda *Collection* bergerak dalam bidang *fashion*. Dalam produksinya Rysmanda *Collection* beranggotakan 4 karyawan. Rysmanda *Collection* menghasilkan produk berupa celana sot/ celana sefit. UMKM ini merupakan usaha yang dapat dibilang masih baru dan belum membuka toko sendiri dalam menjual produknya.

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.



Gambar 1. 1 Data Keuangan Rysmanda *Collection*
(Sumber: Rysmanda *Collection*, 2021)

Dapat dilihat pada gambar 1.1 pada Bulan Mei 2020 pemasukan yang diperoleh oleh Rysmanda *Collection* sebesar Rp. 11.925.000 dengan pengeluaran sebesar Rp. 12.173.000. Kemudian pada Bulan Juli 2020 pemasukan sebesar Rp. 14.251.750 dan pengeluaran sebesar 16.462.000 Selanjutnya pada Bulan Oktober 2020 terdapat selisih pengeluaran yang besar yaitu dengan pemasukan sebesar Rp. 11.805.000 dengan pengeluaran sebesar Rp.18.750.500. Kemudian pada bulan Desember 2020 dengan pemasukan sebesar Rp. 11.912.500 dan pengeluaran sebesar Rp. 14.086.500.

Ada beberapa faktor yang dapat menyebabkan kerugian pada usaha tersebut. Selain dampak dari mewabahnya virus Covid-19 dan kurangnya inovasi dari produk sehingga berkurangnya toko yang membeli produk dari usaha ini. Permasalahan yang terjadi pada Rysmanda *Collection* adalah UMKM ini belum mampu menjalankan model bisnis dengan efektif yang ditandai dengan pemasaran yang belum berkembang dan terjadi penurunan sehingga terjadi kerugian pada bulan Mei, Juli, Oktober, dan Desember. Jika hal ini tidak ditanggulangi dapat menyebabkan dampak negatif bagi usaha ini, untuk itu dibutuhkan evaluasi dalam menentukan model bisnis dengan melakukan penelitian yang lebih mendalam tentang strategi pemasaran pada Rysmanda *Collection*.

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.

Manajemen strategi yang akan dilakukan bersifat analisis kualitatif dan kuantitatif, dimana dalam identifikasi model bisnis yang terjadi menggunakan metode *Business Model Canvas* yang merupakan cara yang efektif untuk melihat setiap komponen model bisnis secara lebih detail dengan analisis kualitatif. Teknik pengolahan data pada penelitian ini dilakukan dengan pengintegrasian antara metode *Business Model Canvas*, SWOT dan *Analytical Hierarchy Process* dalam mengidentifikasi dan melakukan analisis model bisnis serta prioritas strategi terbaik terhadap permasalahan.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka perlunya dilakukan strategi pengembangan usaha dengan melakukan evaluasi atas model bisnis yang sedang dijalankan serta merancang model bisnis yang tepat dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) serta menganalisis alternatif strategi yang dapat diterapkan berdasarkan kondisi lingkungan internal maupun eksternal dengan menggunakan Analisis SWOT. Pada proses penelitian ini, BMC dibantu dengan analisis SWOT untuk melengkapi proses perencanaan strategis dalam menciptakan suatu konsep bisnis yang lebih matang. Sehingga model bisnis yang dijalankan dapat mengatasi permasalahan yang ada dan dapat mengembangkan UMKM Rysmanda Collection.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti merumuskan masalah pada penyusunan tugas akhir ini yaitu “Bagaimana Strategi Pengembangan Usaha pada UMKM Rysmanda Collection dengan Pendekatan *Business Model Canvas*?”

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan mengidentifikasi kebutuhan strategi pemasaran dengan pendekatan *Business Model Canvas*.
2. Menganalisa usulan strategi pemasaran menggunakan SWOT.
3. Menentukan strategi terbaik menggunakan AHP.

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.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pada perusahaan dalam menciptakan usulan pengembangan bisnis yang sesuai dengan prioritas kebutuhan strategi perusahaan sehingga perusahaan dapat tetap bertahan dan meningkatkan penjualan agar diperoleh keuntungan yang maksimal.

2. Bagi Peniti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan, dan pemahaman tentang strategi pengembangan usaha, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang penerapan metode yang telah dipelajari.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian berfokus pada strategi pengembangan usaha tidak membahas lebih detail tentang strategi penentuan harga dan standar operasional prosedur.
2. Penelitian dilakukan pada periode Februari 2021-Februari 2022.
3. Data keuangan yang digunakan periode Maret 2020- Februari 2021.

1.6 Posisi Penelitian

Penelitian mengenai manajemen strategi ini bukan penelitian yang pertama dan tetapi terdapat beberapa penelitian sejenis terkait dengan penggunaan metode maupun permasalahan yang serupa dengan yang di bahas pada laporan tugas akhir ini. Beberapa penelitian yang telah dilakukan peneliti terdahulu dipaparkan pada tabel 1.1.

Tabel 1.1 Posisi Penelitian

No	Judul dan Penulis	Permasalahan	Metode	Hasil
1	Strategi Pengembangan Bisnis Melalui Penekanan <i>Business Model Canvas</i> pada PT. Pitu Kreatif Berkah (Zulkarnain, dkk., 2020)	Lokasi PT. Pitu Kreatif Berkah berada di kawasan percetakan, yang berarti banyaknya kompetitor PT. Pitu Kreatif Berkah di lokasi tersebut. Semakin banyaknya kompetitor maka akan semakin ketat persaingannya.	<i>Business Model Canvas</i> untuk mengembangkan model bisnis, Analisis <i>strength, weakness, opportunity, threats</i> (SWOT), dan <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP).	PT. Pitu Kreatif Berkah berada pada kuadran 1. Hal ini berarti PT. Pitu Kreatif Berkah harus menjalin kerja sama dengan pelaku UMKM sesuai dengan kuadran 1, yaitu melakukan ekspansi pasar.
2	Analisis SWOT pada Strategi Pemasaran Usaha Minimarket Madina Perbratu Kota Tasikmalaya (Promadona dan Rafiqi, 2019)	Banyaknya pelanggan yang komplain mengenai pelayanan dan kelengkapan produk yang disediakan minimarket Madina, adanya selisih harga yang tertulis pada label harga di rak <i>display</i> dengan harga sebenarnya setelah di cek di komputer kasir sehingga	Analisis SWOT	Dari diagram SWOT yang dihasilkan minimarket tersebut berada pada posisi kuadran 1. Artinya perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Dapat dipastikan perusahaan dalam kondisi

Tabel 1.1 Posisi Penelitian

No	Judul dan Penulis	Permasalahan	Metode	Hasil
		<p>konsumen merasa kecewa, sistem <i>software</i> yang digunakan masih ada kendala sehingga terhambat pada manajemen pelaporan keuangan dan penjualan, minimarket madina juga memiliki beberapa pesaing sejenis yang ada di Purbaratu Tasikmalaya sehingga berpengaruh pada omset penjualan.</p>		<p>prima dan mantap sehingga sangat dimungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal.</p>
3	<p>Strategi Pengembangan Bisnis dengan Pendekatan <i>Business Model Canvas</i> (Erma dan Darna, 2019)</p>	<p>Adanya ancaman dari kompetitor yang menjual barang serupa dengan harga yang lebih murah dan permasalahan permodalan</p>	<p><i>Business Model Canvas</i> dan Analisis SWOT</p>	<p>Hasil Analisis SWOT menunjukkan bahwa Usaha Kerupuk Ibu Neti berada pada kuadran III, yaitu mendukung strategi <i>Turn Around</i>. Hal</p>

Tabel 1.1 Posisi Penelitian

No	Judul dan Penulis	Permasalahan	Metode	Hasil
		usaha dan keterbatasan pemahaman penggunaan teknologi.		tersebut merupakan situasi dimana suatu usaha menghadapi peluang yang besar tetapi sumber daya yang dimiliki usaha tersebut lemah, oleh karena itu, bisnis tersebut tidak dapat memanfaatkan peluang tersebut secara optimal.
4	Perencanaan Strategi Pemasaran, Perhiasan Imitasi dengan Metode Analisis SWOT dan <i>Analytical Hierarchy Process</i> (Affandy, 2015)	Banyaknya pesaing produsen-produsen yang sama, dan karena konsumen lebih memilih produk lain yang pembuatannya lebih cepat dan motif yang mengikuti perkembangan zaman.	Analisis SWOT, <i>Analytical Hierarchy Process</i> .	Alternatif strategi yang dijadikan prioritas utama UD. Aqila dalam mempertahankan dan memelihara produk yang sudah ada saat ini adalah dengan strategi S-O dengan nilai bobot (0,400), yaitu memanfaatkan teknologi untuk

Tabel 1.1 Posisi Penelitian

No	Judul dan Penulis	Permasalahan	Metode	Hasil
				meningkatkan kualitas promosi merupakan kriteria yang paling penting, dengan menambah media promosi sehingga peluang penambahan jaringan distribusi ke daerah-daerah lebih besar.
5	Pengaruh Bisnis Fashion Muslim dengan Pendekatan <i>Business Model Canvas</i> (Susilowati, 2021)	Terdapat ancaman dari kompetitor dalam penjualan barang yaitu dengan harga lebih murah.	<i>Business Model Canvas</i> , Analisa SWOT	Strategi yang dilakukan dengan kekuatan internal dengan mempertemukan kekuatan-peluang adalah dengan memperluas pemasaran produk ke perumahan maupun masyarakat di sekitar toko.

(Sumber: Posisi Penelitian, 2020)

Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan laporan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisikan tentang latar belakang dilakukan penelitian, rumusan dalam pemecahan masalah, tujuan serta manfaat yang didapatkan dalam penelitian, batasan masalah sebagai fokus dalam penelitian, dan sistematika penulisan. Dalam bab ini dibahas tentang masalah yang dihadapi dan tujuan diadakannya penelitian ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Berisi teori-teori yang dapat digunakan untuk menyelesaikan masalah, mengumpulkan data dan memperoleh metode yang tepat untuk menyelesaikan permasalahan yang dibahas yaitu *Business Model Canvas*, SWOT, dan AHP.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Berisikan uraian dan penjelasan tentang urutan kegiatan yang akan dilakukan dalam penelitian. Metodologi penelitian menggambarkan secara terperinci mengenai objek penelitian, metode dan teknik yang digunakan dalam mengumpulkan dan pengolahan data, serta metode analisis yang digunakan.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Berisikan pengumpulan data yang dibutuhkan secara detail mengenai penelitian sesuai dengan permasalahan yang terdapat pada studi kasus dan batasan masalah dalam penelitian. Pengolahan data dilakukan pembahasan sebagai dasar dalam menemukan solusi dari permasalahan.

BAB V ANALISA

Berisikan hasil analisis perhitungan dan pengolahan data yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, dengan tujuan menemukan cara alternatif untuk menyelesaikan masalah tersebut.

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 mengumumkannya 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.

VI PENUTUP

Berisikan kesimpulan yang ditarik dari hasil penelitian dan analisis, kesimpulan tersebut dapat dijadikan sebagai rekomendasi yang bermanfaat bagi peneliti, dan perusahaan.



UIN SUSKA RIAU

BAB II

LANDASAN TEORI

Business Model Canvas

Menurut Prof. Hong Y Ching, Fauvel (2013) yang dikutip oleh Athia, dkk., (2018) mengemukakan bahwa pentingnya penggunaan *Business Model Canvas* dan merekomendasikannya untuk pengusaha dan dunia akademis, *Business Model Canvas* membantu mengembangkan rencana bisnis pada pengusaha pemula dan memiliki pemahaman yang lebih pada bisnis mereka.

Business Model Canvas (BMC), dikembangkan oleh Osterwalder dan Pigneur adalah metode yang paling banyak digunakan oleh perusahaan yang mencari model bisnis yang berskala kecil, menguntungkan dan berulang. *Business Model Canvas* disajikan dalam bentuk visual sehingga lebih mudah dimengerti oleh pembacanya. *Business Model Canvas* ini dibagi menjadi sembilan model utama, kemudian dipisahkan lagi menjadi komponen kanan (sisi kreatif) dan kiri (sisi logis) seperti otak manusia (Zulkarnain, dkk., 2020)

Business Model Canvas (BMC) memiliki keunggulan dalam analisis model bisnis yaitu mampu menggambarkan secara sederhana dan menyeluruh terhadap kondisi suatu perusahaan saat ini berdasarkan segmen konsumen, *value* yang ditawarkan, jalur penawaran nilai, hubungan dengan pelanggan, aliran pendapatan, aset vital, mitra kerja sama, serta struktur biaya yang dimiliki (Herawati, dkk., 2019).

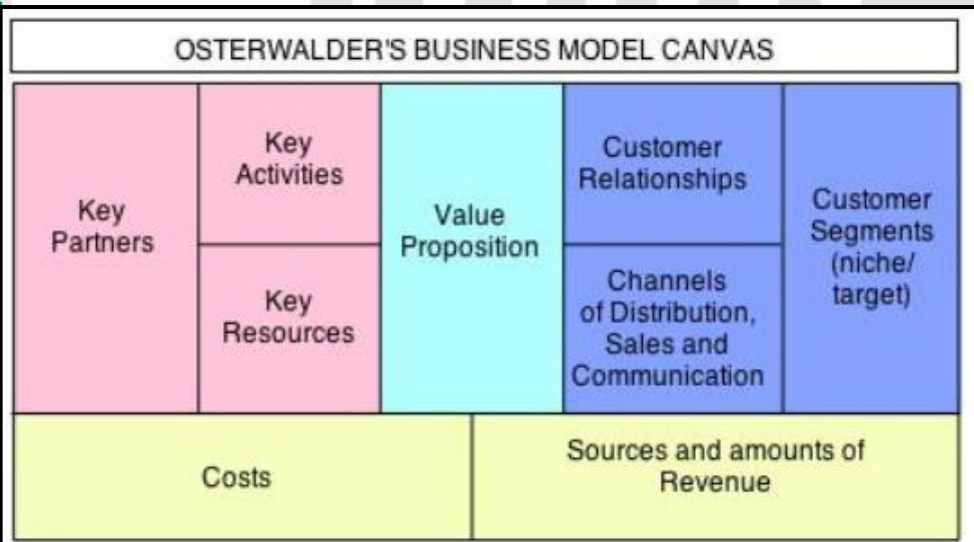
Model bisnis kanvas memiliki komponen bisnis. Kesembilan komponen bisnis yang ada pada model bisnis kanvas adalah sebagai berikut (Herawati, dkk., 2019):

1. *Customer segment* (CS), yaitu menentukan segmen target *customer* dari produksi celana sot yang akan dikembangkan.
2. *Value proposition* (VP), yaitu memperkirakan kebutuhan *customer* yang sudah diidentifikasi pada *customer segment*.
3. *Customer relationship* (CR), yaitu mendefinisikan hubungan antara sektor usaha dengan customer.

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. *Channel* (CH), yaitu suatu cara untuk mencapai *customer*.
5. *Revenue stream* (RS) yaitu representasi dari jalur penerimaan uang yang akan diterima dari setiap *customer segment*.
6. *Key resource* (KR) adalah sumber daya utama yang menjelaskan mengenai aset terpenting yang diperlukan dalam membuat model bisnis.
7. *Key activities* (KA) adalah kegiatan utama.
8. *Key partners* (KP) adalah kunci kemitraan yang menjelaskan jaringan pemasok dan mitra.
9. *Cost structure* (CR) adalah struktur biaya yang menggambarkan semua biaya yang dikeluarkan.



Gambar 2. 1 *Business Model Canvas* Osterwalder
(Sumber: Athia, dkk., 2018)

2.2 Matriks *Internal Factor Evaluation* dan Matriks *Eksternal Factor Evaluation*

Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*Eksternal Factor Evaluation*) terdiri dari kolom, bobot, rating dan total nilai yang merupakan hasil perkalian dari bobot dan rating. Untuk kolom bobot dan rating diisi sesuai dengan nilai yang merupakan hasil dari pengelompokan *factor-factor* internal dan eksternal berdasarkan tingkat kepentingannya (Astuti dan Ratnawati, 2020). Menurut David (2009) yang dikutip oleh Astuti dan Ratnawati (2020) menyatakan bahwa matriks IFE digunakan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan

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.

perusahaan. Matriks EFE digunakan untuk mengidentifikasi *factor-factor* eksternal perusahaan.

Berikut merupakan identifikasi faktor internal yang diperoleh dari observasi langsung (Rizqi, dkk., 2019):

No.	Kekuatan (Strength)	Kode
1	Mampu menjual produk sesuai dengan pesanan pelanggan	S1
2	Menjual khusus kayu berkualitas yaitu jati	S2
3	Pembuatan dan pengiriman tepat waktu	S3
4	Pelayanan yang bertanggung jawab kepada konsumen	S4
5	Terdapat diskon	S5
Kelemahan (Weakness)		
6	Hasil kadang tidak sesuai dengan permintaan	W1
7	Harga yang terlalu mahal	W2
8	Teknologi masih cukup sederhana	W3
9	Manajemen perusahaan yang kurang tertata	W4
10	Posisi global masih sangat kurang	W5

Gambar 2. 2 Faktor-Faktor Kekuatan dan Kelemahan IFE
(Sumber: Rizqi, dkk, 2019)

Berikut merupakan pembobotan melalui penyebaran kuesioner kepada pihak perusahaan untuk mengetahui semua faktor yang ditunjukkan (Rizky, dkk, 2019)

Faktor	S1	S2	S3	S4	S5	W1	W2	W3	W4	W5	Total Rating	Bobot
S1	X	1	1	1	1	0	1	1	1	1	8	0,177778
S2	0	X	0	0	1	0	1	1	1	1	5	0,111111
S3	0	1	X	1	1	0	1	1	1	1	7	0,155556
S4	0	1	0	X	1	1	0	1	1	1	6	0,133333
S5	0	0	0	0	X	0	1	0	1	0	2	0,044444
W1	1	1	1	0	1	X	1	1	1	1	8	0,177778
W2	0	0	0	1	0	0	X	0	1	0	2	0,044444
W3	0	0	0	0	1	0	1	X	0	0	2	0,044444
W4	0	0	0	0	0	0	0	1	X	1	2	0,044444
W5	0	0	0	0	1	0	1	1	0	X	3	0,066667
TOTAL											45	1

Gambar 2. 3 Pembobotan IFE
(Sumber: Rizqi, dkk, 2019)

Berikut merupakan identifikasi faktor eksternal yang diperoleh dari wawancara (Rizqi, dkk., 2019):

No.	Peluang (Opportunity)	Kode
1	Lokasi yang strategis	O1
2	Relasi pemilik yang cukup banyak	O2
3	Perusahaan mebel yang ada di sekitarnya hanya menjual jati muda	O3
4	Adanya kebiasaan masyarakat yang memesan tergantung momen	O4
5	Tenaga kerja yang tersedia	O5
6	Faktor cuaca yang tidak menentu	T1
7	Penggunaan alat kerja yang cukup konvensional	T2
8	Beberapa pesaing menjual mebel dengan harga murah	T3
9	Harga bahan baku kayu jati yang fluktuatif	T4
10	Bahan baku terletak diluar daerah, meningkatkan biaya transportasi dan pajak	T5

Gambar 2. 4 Faktor-Faktor Kekuatan dan Kelemahan EFE
(Sumber: Rizqi, dkk, 2019)

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.

Berikut merupakan pembobotan melalui penyebaran kuesioner kepada pihak perusahaan untuk mengetahui semua faktor yang ditunjukkan (Rizky, dkk., 2019)

Faktor	O1	O2	O3	O4	O5	T1	T2	T3	T4	T5	TR	Bobot
O1	X	1	1	1	0	1	1	1	1	1	8	0,173
O2	0	X	1	1	0	0	1	1	0	1	5	0,108
O3	0	0	X	0	0	0	1	0	0	0	1	0,021
O4	0	0	1	X	0	0	1	0	1	0	3	0,065
O5	1	1	1	1	X	1	1	0	0	0	6	0,130
T1	0	1	1	1	0	X	1	1	0	0	5	0,108
T2	0	0	0	0	0	0	X	1	0	0	1	0,021
T3	0	0	1	1	1	0	1	X	0	0	4	0,086
T4	0	1	1	0	1	1	1	1	X	1	7	0,152
T5	0	0	1	1	1	1	1	1	0	X	6	0,130
TOTAL											46	1

Gambar 2. 5 Pembobotan EFE
(Sumber: Rizqi, dkk, 2019)

Setelah melakukan pembobotan IFE dan EFE, maka dilakukan rating yang kemudian dikalikan dengan bobotnya sehingga didapatkan score untuk masing-masing faktor.

Kode	Bobot	Rating	Score	Kode	Bobot	Rating	Score
S1	0,177778	4	0,711111	O1	0,173	4	0,695
S2	0,111111	3	0,333333	O2	0,108	3	0,326
S3	0,155556	3	0,466667	O3	0,021	2	0,043
S4	0,133333	4	0,533333	O4	0,065	3	0,195
S5	0,044444	3	0,133333	O5	0,130	4	0,521
TOTAL			2,177778	TOTAL			1,782
W1	0,177778	3	0,533333	T1	0,108	3	0,326
W2	0,044444	3	0,133333	T2	0,021	3	0,065
W3	0,044444	3	0,133333	T3	0,086	3	0,260
W4	0,044444	3	0,133333	T4	0,152	3	0,456
W5	0,066667	2	0,133333	T5	0,130	3	0,391
TOTAL			1,066667	TOTAL			1,5
S - W			1,111111	O - T			0,282

Gambar 2. 6 Perhitungan score IFE dan EFE
(Sumber: Rizqi, dkk, 2019)

2. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang artinya sejauh mana suatu alat ukur itu mengukur sesuatu. Atau validitas digunakan untuk melihat sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Uji validitas penting untuk mengukur seberapa cermat suatu tes melakukan fungsi ukur atau telah benar-benar dapat mencerminkan variabel yang dapat diukur. Uji validitas dihitung dengan menggunakan rumus validitas yaitu sebagai berikut (Teni dan Yudianto, 2021):

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.

$$r_{xy} = \frac{n\sum x_i y_i - \sum x_i \sum y_i}{\sqrt{(n\sum x_i^2 - (\sum x_i)^2)(n\sum y_i^2 - (\sum y_i)^2)}} \quad \dots(2.1)$$

Keterangan:

- r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y.
- x_i = Nilai data ke-i untuk variabel ke X
- y_i = Nilai data ke-i untuk variabel ke Y
- n = Banyaknya data

2.4 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji data yang diperoleh ataupun dari kuesioner yang dibagikan. Jawaban dari kuesioner tersebut dikatakan *reliable* jika jawaban responden tersebut konsisten dari waktu ke waktu atau dapat dikatakan jika diambil pengambilan ulang maka jawaban responden akan tetap sama. Teknik yang digunakan pada pengukuran reliabilitas ini adalah menggunakan teknik *Cronchback Alpha* yaitu uji koefisien terhadap skor jawaban responden yang dihasilkan dari penggunaan instrumen penelitian. Formulasi reliabilitas teknik *Alpha Cronchback* adalah sebagai berikut (Teni dan Yudianto, 2021):

$$r_{11} = \frac{n}{n-1} \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right) \quad \dots (2.2)$$

Keterangan:

- r_{11} = Koefisien reliabilitas
- n = Banyaknya soal
- s_i = Variasi skor soal ke-i
- s_t = Variasi skor total

2.5 Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan salah satu analisis dalam manajemen dengan tujuan untuk melihat kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan. Menurut Sutojo dan Kleinsteuber (2002) yang dikutip oleh Puspasari dan Adawia (2020) SWOT digunakan untuk menentukan tujuan usaha yang realistis sesuai dengan kondisi perusahaan dan oleh sebab itu

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.

kedepannya dapat lebih mudah tercapai tujuan perusahaan. menurut Rangkuti (2006) yang dikutip oleh Puspasari dan Adawia (2020) SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal serta lingkungan eksternal yang dihadapi dunia bisnis. Lingkungan internal yang dimaksud yaitu *strength* dan *weakness* serta lingkungan eksternal terdiri dari *opportunities* dan *threats*.

Menurut Istiqomah dan Irsad Andriyanto (2017) yang dikutip dari Alma dan Priansa (2009) Analisis SWOT adalah penilaian terhadap hasil identifikasi situasi, untuk menentukan apakah suatu kondisi dikategorikan sebagai kekuatan, kelemahan, peluang, atau ancaman. Analisis ini berkaitan dengan proses perencanaan dimana suatu institusi membutuhkan penilaian sesuai kondisi saat ini dan situasi masa depan yang akan mempengaruhi proses pencapaian tujuan perusahaan.

Analisis ini berdasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif dapat mengoptimalkan kekuatan dan peluang suatu perusahaan serta dapat meminimalkan kelemahan dan ancamannya. Asumsi ini memiliki dampak yang sangat besar dari suatu strategi yang berhasil apabila diterapkan secara akurat (Astuti dan Ratnawati, 2020)

Menurut Widayati, dkk (2019) kaitan analisis SWOT dengan *Business Model Canvas* adalah analisis ini membantu mengidentifikasi *Strength*, *Weakness*, *Opportunity*, dan *Threats* yang dihadapi oleh perusahaan dalam proses implementasi sembilan elemen *Business Model Canvas*. Kombinasi kedua metode ini memungkinkan penilaian yang terfokus berdasarkan evaluasi kemampuan perusahaan dan kemungkinan pengembangan bisnis di masa depan.

Tabel 2.1 Matriks SWOT

	Kekuatan (<i>Strength-S</i>)	Kelemahan (<i>Weakness-W</i>)
Peluang (<i>Opportunities-O</i>)	Strategi SO	Strategi WO
Ancaman (<i>Threats-T</i>)	Strategi ST	Strategi WT

(Sumber: Delita, Dkk., 2017)

Menurut Rangkuti (2014) yang dikutip oleh Kusbandono (2019), strategi pertimbangan dari kombinasi empat faktor yaitu:

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. Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pemikiran perusahaan, yaitu dengan menggunakan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang.

2. Strategi ST

Ini adalah strategi untuk menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan dengan cara menghindari ancaman.

3. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada, dengan cara mengatasi kelemahan-kelemahan yang dimiliki.

4. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensive dan ditunjukkan untuk meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Setelah didapatkan hasil analisis IFE dan EFE, maka kedua hasil tersebut direpresentasikan ke dalam diagram SWOT untuk mengetahui kondisi perusahaan saat ini dan langkah apa yang harus diambil oleh perusahaan. berikut adalah diagram hasil SWOT:



Gambar 2. 7 Diagram SWOT
(Sumber: Primadona dan Rafiqi, 2019)

Keterangan (Primadona dan Rafiqi, 2019):

Kuadran I:

Kuadran ini merupakan situasi yang menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriental Strategy*).

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.

Kuadran II:

Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (Produk/ Pasar).

Kuadran III:

Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak ia menghadapi beberapa kendala/ kelemahan internal. Fokus strategi perusahaan ini yaitu meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut pasar yang lebih baik (*turn around*) atau rasionalisasi.

Kuadran IV:

Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal. Fokus strategi yaitu melakukan tindakan penyelamatan agar terlepas dari kerugian yang lebih besar (*defensive*).

2.6 Analytical Hierarchy Process (AHP)

Metode AHP merupakan sebuah metode memecah permasalahan yang kompleks/ rumit dalam situasi yang tidak terstruktur menjadi bagian-bagian komponen. Mengatur bagian atau variabel ini menjadi suatu bentuk susunan hirarki, kemudian memberikan nilai numerik untuk penilaian subjektif terhadap kepentingan relatif dari setiap variabel. AHP merupakan suatu proses mengidentifikasi, mengerti dan memberikan perkiraan interaksi sistem secara keseluruhan (Mutholib dan Febrina, 2017).

Analytical Hierarchy Process (AHP) adalah metode untuk memecahkan suatu situasi yang kompleks tidak terstruktur ke dalam beberapa komponen dalam susunan yang hirarki, dengan memberi nilai subjektif tentang pentingnya setiap variabel secara relatif, dan menetapkan variabel mana yang memiliki prioritas paling tinggi guna mempengaruhi hasil pada situasi tersebut (Parhusip, 2019)

Tahap *Analytical Hierarchy Process (AHP)* merupakan tahap akhir dari formulasi strategi ini. *Analytical Hierarchy Process (AHP)* merupakan tahap untuk menentukan pilihan alternatif terbaik dimana alternatif-alternatif yang diperoleh dari hasil analisis matrik SWOT.

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.

2.6.1 Tujuan *Analytical Hierarchy Process* (AHP)

AHP bertujuan untuk menyusun prioritas dari berbagai alternatif pilihan yang ada. Terdapat 4 aksioma- aksioma menurut Pratiwi (2016) yang dikutip oleh Narti, dkk (2019), diantaranya yaitu:

1. *Reciprocal Comparison* artinya pengambilan keputusan harus memuat perbandingan dan menyatakan preferensinya.
2. *Homogeneity* artinya harus dapat dinyatakan dalam skala terbatas atau elemen elemennya dapat dibandingkan satu sama lain.
3. *Independence* artinya mengasumsikan bahwa kriteria tidak dipengaruhi oleh alternatif-alternatif yang ada melainkan oleh objek keseluruhan.
4. *Expectation* artinya struktur hirarki diasumsikan lengkap. Menjelaskan kronologis penelitian, termasuk desain penelitian, prosedur penelitian, bagaimana untuk menguji dan akuisisi data. Deskripsi dari program penelitian harus didukung referensi, sehingga penjelasan tersebut dapat diterima secara ilmiah.

2.6.2 Kelebihan *Analytical Hierarchy Process* (AHP)

Kelebihan AHP dibanding dengan yang lainnya adalah (Parhusip, 2019):

1. Struktur yang berhirarki, sebagai konsekuensi dari kriteria yang dipilih, sampai pada subkriteria yang paling dalam.
2. Memperhitungkan validitas sampai pada batas toleransi inkonsistensi berbagai kriteria dan alternatif yang dipilih oleh para pengambil keputusan.
3. Memperhitungkan daya tahan atau ketahanan *output* analisis sensitivitas pengambilan keputusan.

Selain itu, AHP mempunyai kemampuan untuk memecahkan masalah yang multi objektif, dan multi-kriteria yang berdasarkan pada perbandingan preferensi dari setiap elemen dalam hirarki. Jadi, model ini merupakan suatu model pengambilan keputusan yang komprehensif.

Perhitungan metode AHP digunakan untuk mengetahui strategi yang paling penting untuk dilakukan berdasarkan hasil kuesioner perbandingan berpasangan. Berikut perhitungan hasil pembobotan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

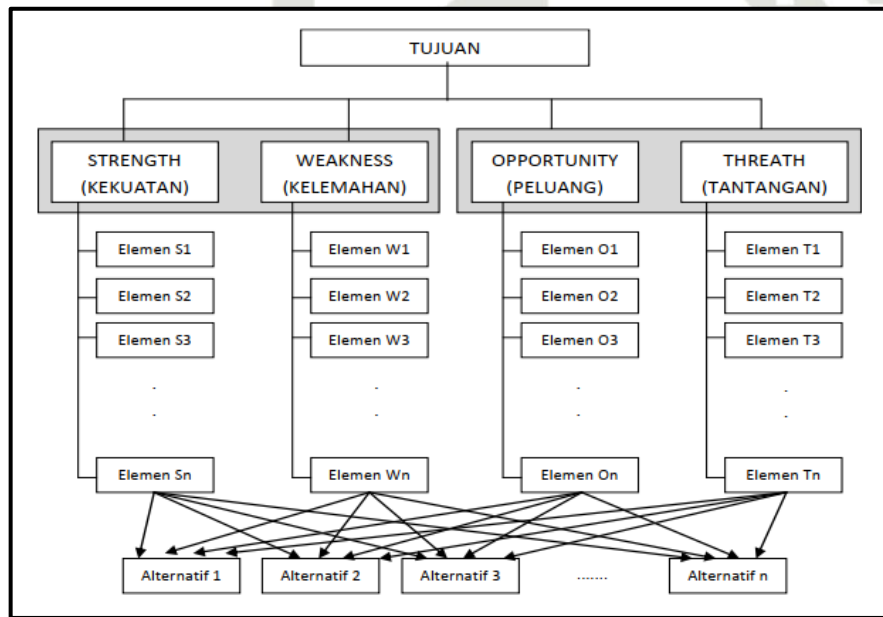
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Kriteria Alternatif	Prioritas Menyeluruh	Prioritas
Strategi 1	0,42	1
Strategi 2	0,33	2
Strategi 3	0,11	4
Strategi 4	0,13	3
Strategi 5	0,09	5

Gambar 2. 8 Bobot Prioritas Menyeluruh
(Sumber: Rizqi, dkk, 2019)

2.7 Model SWOT-AHP

Model SWOT-AHP merupakan model yang menggunakan analisis SWOT kemudian digabungkan ke dalam AHP. Model AHP merupakan model yang didasarkan pada tujuan (hirarki 1), kriteria atau faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan (hirarki 2), serta alternatif keputusan (hirarki 3). Dengan menggabungkan SWOT dan AHP, maka pada hirarki ke 2 digantikan dengan komponen SWOT beserta sub-sub komponennya (Dekiawan dan Subagyo, 2018).



Gambar 2.9 Diagram Hirarki SWOT-AHP
(Sumber: Dekiawan dan Subagyo, 2018)

2.7.1 Consistency Ratio

Dalam penelitian ini setiap pernyataan dihitung dengan menggunakan bobot tertimbang, yaitu (Dekiawan dan Subagyo, 2018):

$$\text{Rata-rata Skor} = \frac{\sum X_{i,j} \times W_i}{\sum W_i} \quad \dots(2.3)$$

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.

X_{ij} = Penilaian responden ke-i dari pernyataan ke-j

W_{ij} = Bobot responden ke-i dengan skala 1-5 (semakin tinggi semakin tinggi relevan atau tingkat kepentingan)

Dari hasil perhitungan di atas, akan diperoleh informasi seberapa banyak responden yang menyatakan suatu pernyataan dianggap sebagai faktor S, W, O, atau T seberapa besar derajat masing-masing faktor SWOT. Skor yang diperoleh dipergunakan sebagai dasar dalam penentuan perbandingan setiap elemen dalam faktor SWOT dalam bentuk matriks diagonal, sehingga akan diperoleh informasi bobot tiap elemen pada masing-masing faktor SWOT.

Sebelum diolah lebih lanjut, dilakukan pengujian terhadap perhitungan matriks melalui perhitungan *consistency index* (CI). CI merupakan ukuran untuk melihat apakah judgement terhadap penilaian elemen-elemen SWOT yang dibuat dalam bentuk matriks diagonal konsisten atau tidak. Nilai CI dipergunakan sebagai dasar menentukan nilai consistency ratio (CR) sebagai berikut (Dekiawan dan Subagyo, 2018):

$$CI = \frac{\lambda_{max} - n}{n - 1} \leq 0,1 \quad \dots(2.4)$$

$$CR = \frac{CI}{RI} \leq 0,1 \quad \dots(2.5)$$

λ_{max} = *Eigen value* matriks

n = Jumlah elemen komponen matriks

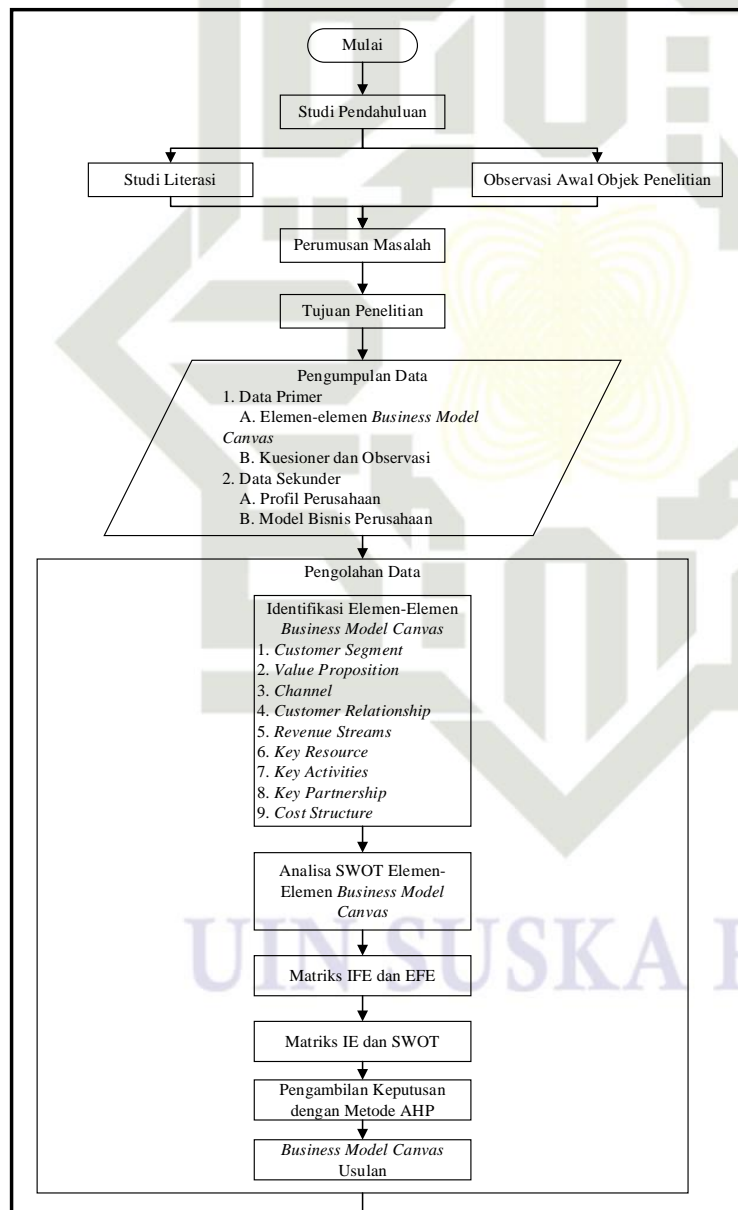
RI = Nilai random *consistency indeks*

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.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

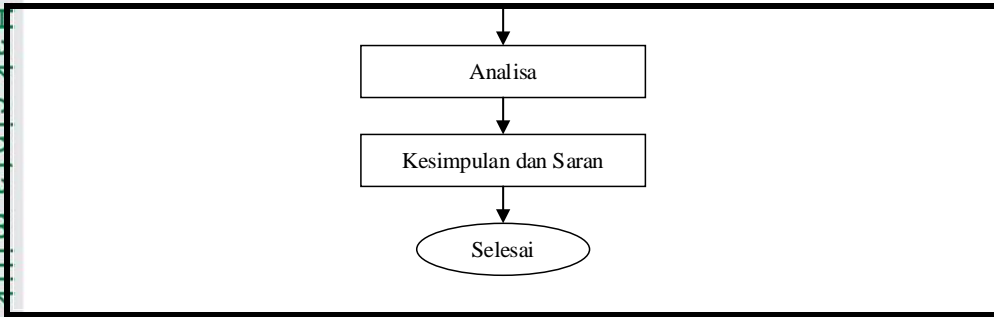
Metodologi penelitian merupakan tahapan bagaimana sebaiknya dan seharusnya suatu penelitian dilaksanakan. Metodologi penelitian bertujuan untuk menyusun langkah langkah dalam penelitian agar penelitian lebih terarah sampai pada tahap pengambilan keputusan. Adapun tahapan-tahapan dari penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1 *Flowchart* Metodologi Penelitian
(Metodologi Penelitian, 2021)

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* Metodologi Penelitian (Lanjutan)
(Metodologi Penelitian, 2021)

3.1 Studi Pendahuluan

Studi pendahuluan dalam penelitian bertujuan untuk mendalami informasi-informasi yang berkaitan dalam penelitian agar objek beserta data yang diteliti dapat diketahui secara jelas. Adapun tahapan yang dilakukan pada studi pendahuluan adalah:

1. Observasi

Tahapan ini dilakukan dengan cara survei dan wawancara kepada pihak UMKM Rysmanda *Collection* mengenai beberapa permasalahan yang terdapat dalam melakukan pendistribusian produk, serta melakukan analisa tentang permasalahan yang telah disampaikan oleh pihak perusahaan.

2. Studi Literatur

Studi literatur merupakan tahapan dalam mengumpulkan sumber-sumber yang berkaitan dengan masalah yang telah didapatkan pada tahapan observasi kepada pihak UMKM Rysmanda *Collection*. Studi literatur ini bertujuan untuk menentukan tema permasalahan yang akan diteliti berdasarkan referensi dan teori pendukung dalam pelaksanaan penelitian, serta mengenai metode yang tepat dalam pemecahan masalah.

3.2 Identifikasi Masalah

Dari hasil observasi yang telah dilakukan pada pihak UMKM terdapat permasalahan dalam model bisnis yang belum efektif yaitu ditandai dengan pemasaran yang belum berkembang dan terjadi penurunan sehingga terjadi kerugian pada UMKM tersebut. Jika hal ini tidak ditanggulangi dapat menyebabkan dampak negatif bagi usaha ini, untuk itu dibutuhkan evaluasi dalam menentukan model bisnis dengan melakukan penelitian yang lebih mendalam tentang strategi

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.

pemasaran pada *Rysmanda Collection*. Maka tahapan yang akan dilakukan selanjutnya adalah merumuskan masalah yang akan diteliti.

3.3 Perumusan Masalah

Rumusan masalah bertujuan sebagai penuntun bagi langkah-langkah penelitian untuk mencapai tujuan dari penelitian. Perumusan masalah dijadikan pedoman dalam mencari solusi pemecahan masalah. Rumusan masalah berisikan pertanyaan-pertanyaan yang menjawab dari permasalahan yang ada.

3.4 Penetapan Tujuan

Penetapan tujuan penelitian memberikan suatu target yang ingin dicapai. Penetapan tujuan penelitian merupakan upaya dalam menjawab segala permasalahan yang akan diteliti. Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah menganalisa prioritas kebutuhan strategi perusahaan serta menganalisis usulan strategi pada UMKM berdasarkan hasil dari pendekatan *Business Model Canvas*.

3.5 Pengumpulan Data

Penelitian ini menerapkan kombinasi antara Metode kualitatif dan kuantitatif secara berasama-sama. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan wawancara mendalam, observasi, dan penyebaran kuesioner responden. Teknik penentuan responden pada penelitian ini menggunakan teknik pengambilan responden secara sengaja (*purposive sampling*), maka metode tersebut peneliti secara langsung memilih sendiri pihak-pihak yang menjadi responden. Jenis dan sumber pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.1.

Tabel 3. 1 Sumber Pengumpulan Data

Analisis	Jenis Data	Data	Cara Pengumpulan Data
Identifikasi Elemen BMC Business Model Canvas)	Primer	- Identifikasi 9 elemen BMC yaitu <i>Customer Segment, value proposition, channels, customer relationship, revenue streams, key resources, key activities,</i>	- Wawancara, pengamatan langsung (observasi).

(Sumber: Metodologi Penelitian, 2021)

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

Tabel 3. 1 Sumber Pengumpulan Data (Lanjutan)

Analisis	Jenis Data	Data	Cara Pengumpulan Data
		<i>key partnership</i> , dan <i>cost structure</i> .	
SWOT	Primer	- Faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.	- Wawancara dan pengamatan langsung (observasi)
		- Bobot faktor-faktor strategis internal	- Kuesioner
		- Bobot faktor-faktor strategis eksternal	- Kuesioner

(Sumber: Metodologi Penelitian, 2021)

3.6 Pengolahan Data

Pengolahan data merupakan kegiatan yang dilakukan dalam memproses data yang telah di dapatkan dalam pengumpulan data dengan tujuan untuk mendapatkan hasil rujukan yang digunakan dalam analisa sehingga memberikan hasil rujukan yang digunakan dalam melakukan analisa sehingga dapat memberikan alternatif solusi dari permasalahan. Adapun pengolahan data yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Business Model Canvas (BMC)

Pada penelitian ini model bisnis pada UMKM Rysmanda *Collection* dipetakan dengan menggunakan pendekatan BMC yang terdiri dari sembilan aspek yaitu *customer segment*, *value proposition*, *channels*, *customer relationships*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, dan *cost structure*. Variabel operasional yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.2

Tabel 3. 2 Variabel Operasional

Variabel	Sub variabel	Penjabaran <i>Business Model Canvas</i>
<i>Business Model Canvas</i>	1. <i>Customer segment</i>	- Segmen pelanggan yang menjadi sasaran perusahaan.

(Sumber: Metodologi Penelitian, 2021)

©

Tabel 3. 2 Variabel Operasional (Lanjutan)

Variabel	Sub variabel	Penjabaran <i>Business Model Canvas</i>
Business Model Canvas	1. <i>Customer segment</i>	- Segmen pelanggan yang menjadi pelanggan penting bagi perusahaan.
	2. <i>Value propositions</i>	- Nilai lebih yang ditawarkan kepada pelanggan. - Kebutuhan pelanggan yang telah dipenuhi perusahaan.
	3. <i>Channels</i>	- Saluran yang digunakan perusahaan untuk menjangkau pelanggan. - Fungsi saluran yang digunakan perusahaan.
	4. <i>Customer Relationships</i>	- Tipe hubungan perusahaan dengan pelanggan. - Tujuan perusahaan menjaga hubungan dengan pelanggan. - Sumber aliran pendapatan perusahaan.

(Sumber: Metodologi Penelitian, 2021)

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. 2 Variabel Operasional (Lanjutan)

Variabel	Sub variabel	Penjabaran <i>Business Model Canvas</i>
<i>Business Model Canvas</i>	5. <i>Revenue Streams</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Sumber aliran pendapatan perusahaan. - Sumber aliran pendapatan yang paling tinggi. - Mekanisme penetapan harga pokok perusahaan.
	6. <i>Key Resource</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Sumber daya fisik utama yang dimiliki perusahaan. - Sumber dana finansial. - Kualifikasi sumber daya manusia yang bekerja dip perusahaan. - Sumber daya intelektual perusahaan.

(Sumber: Metodologi Penelitian, 2021)

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. 2 Variabel Operasional (Lanjutan)

Variabel	Sub variabel	Penjabaran <i>Business Model Canvas</i>
ta milik UIN Suska Riau	7. <i>Key Activities</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Aktivitas yang dilakukan dalam menciptakan value propositions. - Aktivitas yang perlu dilakukan dalam memenuhi distribution channels. - Aktivitas yang perlu dilakukan dalam memenuhi customer relationships. - Aktivitas yang perlu dilakukan dalam memenuhi revenue streams.
	8. <i>Key Partnerships</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Mitra yang dimiliki perusahaan. - Pemasok yang dimiliki perusahaan.

(Sumber: Metodologi Penelitian, 2021)

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. 2 Variabel Operasional (Lanjutan)

Variabel	Sub variabel	Penjabaran <i>Business Model Canvas</i>
ta milik UIN Suska Riau	9. <i>Cost Structure</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan. - Sumber daya yang paling mahal dalam model bisnis perusahaan. - Aktivitas yang paling mahal dalam model bisnis perusahaan.

(Sumber: Metodologi Penelitian, 2021)

Setelah dilakukan identifikasi BMC terhadap UMKM Rysmanda *Collection* langkah selanjutnya adalah memetakan masing-masing blok bangunan kedalam kanvas berdasarkan hasil wawancara yang merupakan hipotesis awal.

2. Analisis SWOT

Tahap selanjutnya adalah mengevaluasi sembilan elemen BMC dengan menggunakan SWOT. Hal ini bertujuan untuk mengevaluasi dan mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari masing-masing elemen. proses wawancara dan observasi langsung penting dilakukan untuk dapat mengklarifikasikan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam elemen BMC. Hasil dari evaluasi model ini akan dijadikan sebagai strategi alternatif dalam merumuskan dan memformulasikan model bisnis yang baru. Berikut tabel identifikasi SWOT pada sembilan elemen BMC dapat dilihat pada tabel 3.3

Tabel 3. 3 Analisa SWOT Elemen-Elemen BMC

Elemen	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)	Peluang (O)	Ancaman (T)
<i>Customer Segment</i>				
<i>Value Proposition</i>				

(Sumber: Metodologi Penelitian, 2021)

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



Tabel 3. 3Analisa SWOT Elemen-Elemen BMC

Elemen	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)	Peluang (O)	Ancaman (T)
<i>Channels</i>				
<i>Customer Relationship</i>				
<i>Revenue Streams</i>				
<i>Key Resources</i>				
<i>Key Activities</i>				
<i>Key Partnership</i>				
<i>Cost Structure</i>				

(Sumber: Metodologi Penelitian, 2021)

Tahap berikutnya setelah masing-masing elemen BMC telah teridentifikasi oleh analisis SWOT adalah menyimpulkan kumpulan kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman ke dalam isu strategis. Penentuan isu strategis dalam pertimbangan penyaringan informasi diperoleh melalui penjabaran lingkungan bisnis kedalam BMC melalui wawancara dengan pihak internal perusahaan.

3. AHP

Tahap berikutnya setelah melakukan analisis SWOT adalah pembobotan strategi pemasaran dengan AHP. Kaidah pembobotan menggunakan nilai prioritas KPI (Kuesioner Perbandingan Intensitas). Kaidah pembobotan menyatakan bahwa:

- Nilai bobot KPI berkisar antara 0-1 atau antara 0%-100% jika menggunakan persentase.
- Jumlah total bobot semua KPI harus bernilai 1 (100%).
- Tidak ada bobot yang bernilai negatif.

Pada tahapan ini penerapan pendekatan SWOT dan AH, sebagai berikut:

- Melakukan analisis SWOT. Faktor lingkungan internal dan eksternal yang relevan diidentifikasi untuk dimasukkan ke dalam analisis.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- 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.
- 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.

- b. Gambar struktur hirarki hasil analisis SWOT yang telah dipetakan. Tingkat paling tinggi adalah tujuan atau fokus permasalahan yang dikaji dan pada tingkat kedua diturunkan menjadi kelompok SWOT. Tingkat ketiga menguraikan faktor yang berhubungan dengan masing-masing kelompok SWOT. Tingkat paling rendah adalah pilihan strategi yang berhubungan dengan seluruh faktor SWOT.
- c. Bangun matrik perbandingan berpasangan pada setiap tingkat hirarki yang saling memiliki hubungan dengan tingkat di atasnya. Matrik perbandingan berpasangan ini dibangun berdasarkan persepsi atau pendapat penilai dengan membandingkan antar kriteria atau pilihan. Nilai yang digunakan untuk menilai seberapa penting dua karakter yang diperbandingkan yaitu terdiri dari nilai 1 sampai 9 mencerminkan ekspresi penilaian seorang pakar terhadap tingkat kepentingan dua kriteria (Tabel x). Jumlah penilaian yang dibutuhkan dapat dihitung dengan persamaan $n(n-1)/2$. Misalnya matrik berjumlah 4 kriteria yang dibandingkan ($n-4$), diperlukan jumlah pendapat sebanyak 6 penilaian. Hasil perhitungan matrik perbandingan berpasangan diperoleh nilai *eigenvector* sebagai nilai bobot prioritas pada masing-masing kelompok SWOT, faktor SWOT, dan pilihan strategi.

Tabel 3. 4 Skala Nilai Penilaian

Nilai	Definisi
1	Kedua kriteria sama penting
2	Kriteria satu sedikit lebih penting daripada yang lainnya.
3	Kriteria satu sangat penting dibandingkan yang lainnya.
4	Kriteria satu jelas lebih penting dari kriteria yang lainnya.
5	Kriteria satu mutlak lebih penting dari kriteria yang lainnya.
4,6,8	Nilai di antara keduanya jika terjadi keraguan.

(Sumber: Metodologi Penelitian, 2021)

Analisa

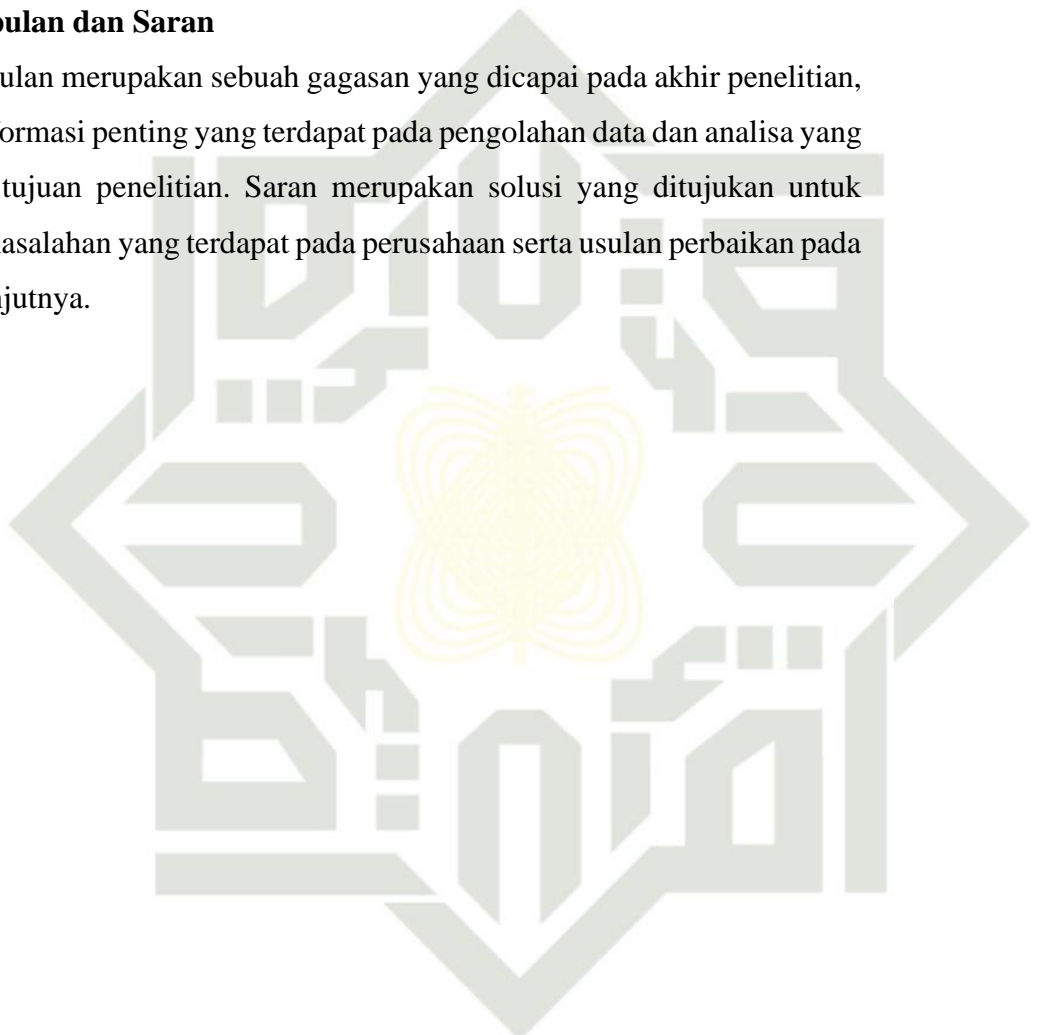
Hasil pengolahan data akan di analisa, analisa merupakan suatu kegiatan berfikir untuk menguraikan suatu keseluruhan menjadi komponen sehingga dapat mengenal tanda-tanda dari setiap komponen, hubungan satu sama lain dan fungsi masing-masing dalam keseluruhan yang terpadu.

3.8 Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan merupakan sebuah gagasan yang dicapai pada akhir penelitian, diambil dari informasi penting yang terdapat pada pengolahan data dan analisa yang sesuai dengan tujuan penelitian. Saran merupakan solusi yang ditujukan untuk perbaikan permasalahan yang terdapat pada perusahaan serta usulan perbaikan pada penelitian selanjutnya.

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 VI PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini didapat berdasarkan tujuan awal penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Hasil analisa usulan strategi pemasaran menggunakan SWOT. Strategi pemasaran ini diperoleh dari gabungan faktor-faktor pada Metode SWOT yang hasilnya di masukkan ke dalam matriks SWOT. Strategi pemasaran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:
 - a. S-O
 - 1) Perluasan pangsa pasar.
 - 2) Memasarkan produk dengan sistem *bundling* (Gabungan beberapa produk dengan warna berbeda dalam satu set).
 - b. W-O
 - 1) Membuat varian produk lain selain celana sot dengan bahan baku yang sama.
 - 2) Memasarkan produk melalui sosial media.
 - c. S-T
 - 1) Menggunakan mesin yang lebih efisien agar menekan biaya produksi dan menghindari fluktuasi kenaikan bahan baku.
 - 2) Melakukan diferensiasi produk sesuai kebutuhan konsumen.
 - d. W-T
 - 1) Memberikan harga spesial pada produk tertentu sebagai bentuk promosi.
 - 2) Menggunakan alternatif bahan baku dengan biaya lebih rendah.
2. Penentuan strategi terbaik menggunakan AHP (*Analytical Hierarchy Process*) yang diperoleh strategi dengan nilai prioritas tertinggi adalah SO (0,565). Maka dari itu didapatkan kesimpulan strategi SO merupakan prioritas untuk diterapkan pada UMKM Rysmanda *Collection* untuk memperbaiki permasalahan yang ada.

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. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan terdapat beberapa transformasi dari 9 elemen Business Model Canvas yaitu sebagai berikut:

- a. *Customer segment* yaitu dari segmentasi demografis adalah perempuan dan laki-laki dengan rentang usia 17-35 tahun. Dan menambahkan sistem jual beli online pada usaha ini mengikuti *trend* dan perkembangan teknologi saat ini.
- b. *Value proposition* yaitu nilai yang ditawarkan setelah menambahkan sistem penjualan online pada *customer segment* adalah *cash on delivery* (COD) dan gratis biaya pengiriman jika lokasi pembeli tidak jauh dari UMKM tersebut.
- c. *Channels* yaitu akun media sosial untuk mendukung penjualan produk UMKM ini secara online. Akun media sosial yang dimaksud dapat seperti *Facebook, Instagram, Tiktok*, dll.
- d. *Customer Relationship* yaitu terdapat penambahan sistem penjualan produk dengan sistem *bundling* sehingga dapat memudahkan pelanggan dalam membeli produk dan menetapkan harga spesial pada produk produk tertentu.
- e. *Key Activities* yaitu penambahan variasi produk lain dengan bahan baku yang sama seperti pakaian renang pria dan wanita, atau baju renang muslimah. Sehingga aktivitas UMKM ini bertambah yaitu memproduksi dan memasarkan variasi produk tersebut.
- f. *Cost Structure* yaitu penambahan biaya promosi. Biaya promosi ini adalah seperti halnya *marketplace* yang ada di Aplikasi *Facebook* biaya promosi yang ditawarkan berkisar antara Rp. 15.000 hingga Rp 80.000 perhari nya berdasarkan banyaknya estimasi jangkauan pelanggan dan berapa hari produk tersebut akan di promosikan.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan dapat diberikan saran dari penulis untuk perusahaan dan untuk peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut:

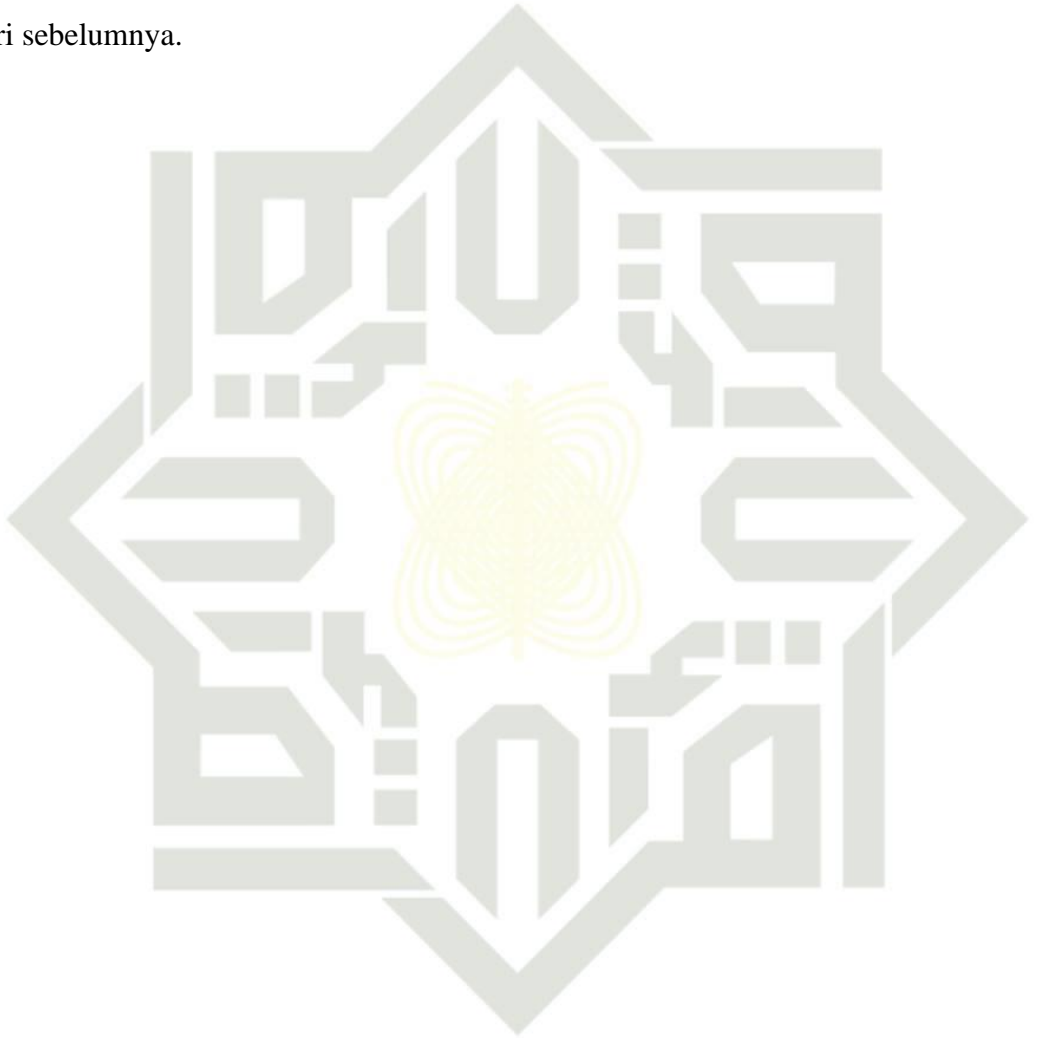
1. Bagi Perusahaan

Perusahaan diharapkan dapat memperluas pangsa pasarnya agar dapat menjangkau pelanggan tanpa harus bergantung kepada toko pakaian. Dan

memasarkan produk dengan sistem *bundling* agar pelanggan dapat dipermudah dalam pembelian. Hal tersebut diharapkan dapat meningkatkan penjualan pada UMKM Rysmanda *Collection*.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat mengembangkan lagi penelitian selanjutnya yang lebih mendalam tentang strategi pemasaran sehingga didapatkan hasil yang lebih akurat dan optimal dari sebelumnya.



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.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, S., & Yuamita, F. (2022). Analisis Ergonomi Dalam Penggunaan Mesin Penggilingan Pupuk Menggunakan Metode Quick Exposure Checklist Pada Pt. Putra Manunggal Sakti. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan*, 1(I), 22-34.
- Anastasya, A., & Yuamita, F. (2022). Pengendalian Kualitas Pada Produksi Air Minum Dalam Kemasan Botol 330 ml Menggunakan Metode Failure Mode Effect Analysis (FMEA) di PDAM Tirta Sembada. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan*, 1(I), 15-21.
- Ariyah, H. (2022). Penerapan Metode Overall Equipment Effectiveness (OEE) Dalam Peningkatan Efisiensi Mesin Batching Plant (Studi Kasus: PT. Lutvindo Wijaya Perkasa). *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan*, 1(II), 70-77.
- Aziza, J. N. A. (2022). Perbandingan Metode Moving Average, Single Exponential Smoothing, dan Double Exponential Smoothing Pada Peramalan Permintaan Tabung Gas LPG PT Petrogas Prima Services. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan*, 1(I), 35-41.
- Atuti, Anissa Mayang Indri dan Ratnawati, Shinta. (2020). Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 17, No. 02.
- Athia, Ita, Saraswati, Eti, dan Normaladewi, Andi. (2018). Penerapan *Business Model Canvas* (BMC) untuk mendorong *mindset* Kewirausahaan di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Malang. *Jurnal Ketahanan Pangan*. Vol. 02, No. 01.
- Bilili, S., & Yuamita, F. (2022). Analisis Pengendalian Risiko Kecelakaan Kerja Bagian Mekanik Pada Proyek PLTU Ampana (2x3 MW) Menggunakan Metode Job Safety Analysis (JSA). *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan*, 1(II), 61-69.

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.

- Dekiawan, Hermada dan Subagyo, Hasan. (2018). Simulasi Model SWOT-AHP dalam Penentuan Pilihan Alternatif Strategi Pengembangan Perguruan Tinggi di Vokasi D3. *Journal of Educational Innovation*. Vol 05. No. 01.
- Hirawati, Novitha, Lindriati, Triana, dan Suryaningrat, Ida Bagus. (2019). Penerapan Bisnis Model Kanvas dalam Penentuan Rencana Manajemen Usaha Kedelai Edamame Goreng. *Jurnal Agroteknologi*, Vol. 13, No. 01.
- Ikhwan, M. Z. (2022). Identifikasi Bahaya, Risiko Kecelakaan Kerja Dan Usulan Perbaikan Menggunakan Metode Job Safety Analysis (JSA). *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan*, 1(I), 42-52.
- Istianingsih, Nanik, Salim, Emil, dan Defit, Sarjon. (2019). Strategi *Sustainability* UMKM Pisang Sale di Kabupaten Bungo dengan Metode SWOT dan *Analytic Hierarchy Process* (AHP). *Prosiding Seminar Nasional Riset Information Science*. ISSN: 2686-0260. Hal 110-118.
- Istiqomah dan Andriyanto, Irsad. (2017). Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis. *Jurnal Bisnis*. Vol. 05, No. 02.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah. 2020. *Laporan Keuangan Periode 31 Desember 2020*. Jakarta.
- Kusbandono, Danu. (2019). Analisis SWOT sebagai Upaya Pengembangan dan Penguatan Strategi Bisnis. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*. Vol. 04, No. 02.
- Labis, F. S., Farahitari, B. G., & Yola, M. (2022). Efisiensi Biaya Persediaan Bahan Baku Pembuatan Paving Block Menggunakan Metode Heuristic Silver Meal. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan*, 1(II), 104-113.
- Muthalib, Abdul dan Febrina, Silvia. (2017). Penerapan Metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) pada Aplikasi Pendukung Keputusan Seleksi Karyawan Unicharm Indonesia. *Jurnal Sistem Informasi, Teknologi Informatika dan Komputer*. Vol. 06. No.02.

- Narti, Sriyadi, Rahmayani, Nur, dan Syarif, Mahmud. (2019). Pengambilan Keputusan Memilih Sekolah dengan Metode AHP. *Jurnal Informatika*. Vol. 06, No. 01. Hal 143-150.
- Nazaruddin, N. (2022). Evaluasi Perubahan Minat Pemilihan Mobil dan Market Share Konsumen di Showroom Pabrik Honda. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan*, 1(II), 97-103.
- Parhusip, Jadianan. (2019). Penerapan Metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) pada Desain Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Calon Penerima Bantuan Pangan Non Tunai (BPNT) di Kota Palangka Raya. *Jurnal Teknik Informatika*. Vol.13, No.02.
- Primadona, Yayang dan Rafiqi, Yusup. (2019). Analisis SWOT pada Strategi Persaingan Usaha Minimarket Madina Purbaratu Kota Tasikmalaya. *Jurnal Ekonomi Syariah*. Vol. 02, No. 01.
- Puspasari, Aprilia dan Adawia, Popon Rabia. (2020). Strategi Penjualan Sepatu dengan Metode Analisis SWOT di Era Pandemic Covid-19. *Jurnal Akuntabel*. Hal 270-279.
- Rahmanto, I., & Hamdy, M. I. (2022). Analisa Resiko Kecelakaan Kerja Karyawan Menggunakan Metode Hazard and Operability (HAZOP) di PT PJB Services PLTU Tembilahan. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan*, 1(II), 53-60.
- Rahman, F. N., & Pratama, A. Y. (2022). Analisis Beban Kerja Mental Pekerja Train Distribution PT. Solusi Bangun Indonesia. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan*, 1(I), 7-14.
- Randani, L. M., & Al Farity, A. Z. (2022). Analisis Pengendalian Kualitas Pada Produksi Base Plate R-54 Menggunakan Metode Statistical Quality Control Dan 5S. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan*, 1(II), 85-97.
- Rizki, M., Devrika, D., & Umam, I. H. (2020). Aplikasi Data Mining dalam penentuan layout swalayan dengan menggunakan metode MBA. *Jurnal Teknik*

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.

Industri: Jurnal Hasil Penelitian dan Karya Ilmiah dalam Bidang Teknik Industri, 5(2), 130-138.

Rizki, M., Ghifari, A., Hui, W. L., Permata, E. G., Siregar, M. D., Umam, M. I. H., & Harpito, H. (2021). Determining Marketing Strategy At LPP TVRI Riau Using SWOT Analysis Method. *Journal of Applied Engineering and Technological Science (JAETS)*, 3(1), 10-18.

Rizki, M., Almi, A. T., Kusumanto, I., Anwardi, A., & Silvia, S. (2021). Aplikasi Metode Kano Dalam Menganalisis Sistem Pelayanan Online Akademik FST UIN SUSKA Riau pada masa Pandemi Covid-19. *SITEKIN: Jurnal Sains, Teknologi dan Industri*, 18(2), 180-187.

Rizki, M., Khulidatiana, K., Kusmanto, I., Lubis, F. S., & Silvia, S. (2022). Aplikasi End User Computing Satisfaction pada Penggunaan E-Learning FST UIN SUSKA. *SITEKIN: Jurnal Sains, Teknologi dan Industri*, 19(2), 154-159.

Rizki, M., Umam, M. I. H., & Hamzah, M. L. (2020). Aplikasi Data Mining Dengan Metode CHAID Dalam Menentukan Status Kredit. *SITEKIN: Jurnal Sains, Teknologi dan Industri*, 18(1), 29-33.

Rizki, M., Wenda, A., Pahlevi, F. D., Umam, M. I. H., Hamzah, M. L., & Sutoyo, S. (2021, July). Comparison of Four Time Series Forecasting Methods for Coal Material Supplies: Case Study of a Power Plant in Indonesia. In *2021 International Congress of Advanced Technology and Engineering (ICOTEN)* (pp. 1-5). IEEE.

Rizqi, Zakka Ugih, Purba, Reno Dias Anggara, Nugroho, Rino Rahmawanto. (2019). Penentuan Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Analisis SWOT dan *Business Model Canvas*. *Seminar Nasional IENACO*.

Sarbaini, S., Saputri, W., & Muttakin, F. (2022). Cluster Analysis Menggunakan Algoritma Fuzzy K-Means Untuk Tingkat Pengangguran Di Provinsi Riau. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan*, 1(II), 78-84.

Teni, Yudianto, Agus. (2021). Pengaruh Motivasi Belajar Terhadap Hasil Belajar Siswa Kelas VII SMP Negeri 2 Kedokan Bunder Kabupaten Indramayu. *Jurnal Pendidikan Indonesia*. Vol. 02. No. 01.

Yamita, F. (2022). Pengendalian Kualitas Produksi Sarden Menggunakan Metode Failure Mode and Effect Analysis (FMEA) Untuk Meminimumkan Cacat Kaleng Di PT. Maya Food Industries. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan*, 1(I), 1-6.

Widayati, Rahma, Purwanto, Muhammad Idris dan Dewi, Rahmi Arifiana. (2019). Perancangan Model Bisnis Berdasarkan *Business Model Canvas* pada Radio MQFM Jogja. *Jurnal Pro Bisnis*. Vol. 12. No. 02.

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.



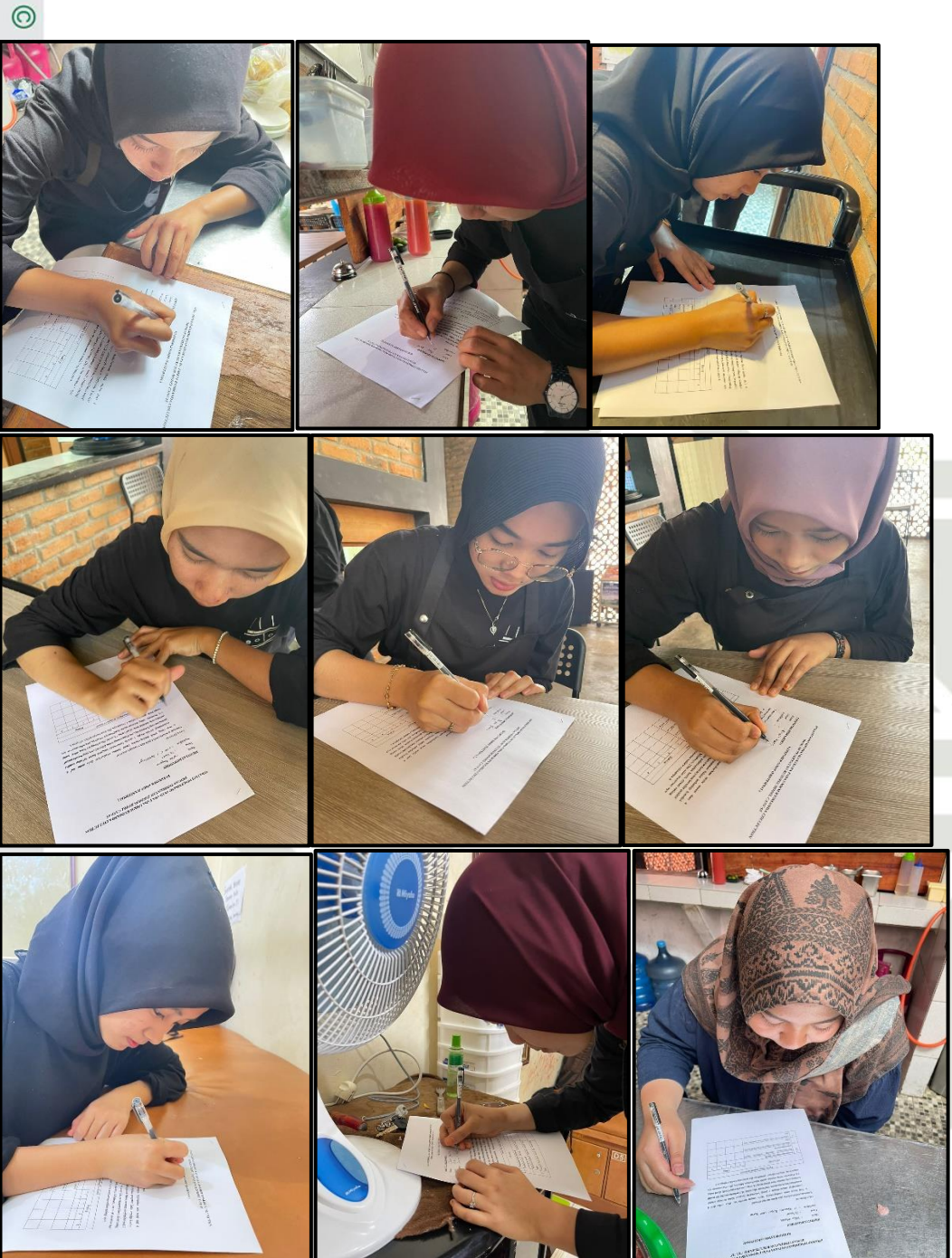
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Rekapitulasi Kuesioner Internal SWOT

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9
R1	4	4	4	4	3	4	3	3	3
R2	4	4	3	4	3	3	3	3	3
R3	3	3	2	3	2	1	2	2	2
R4	3	3	1	2	2	1	1	1	2

Rekapitulasi Kuesioner Eksternal SWOT

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8
R1	4	3	3	4	4	3	3	3
R2	3	4	2	4	3	2	2	2
R3	3	4	3	3	4	3	3	4
R4	3	4	2	3	2	3	2	3
R5	4	3	2	4	4	2	2	3
R6	3	4	3	3	3	4	2	4
R7	3	2	2	3	2	2	2	3
R8	3	3	3	3	2	3	3	3
R9	4	3	2	4	4	2	3	3
R10	3	2	3	4	4	3	2	2
R11	4	3	2	3	2	2	3	3
R12	4	4	3	4	2	3	3	4
R13	3	3	2	3	3	2	2	2
R14	2	3	3	4	4	3	2	3
R15	3	3	3	2	2	2	2	3
R16	4	3	3	3	2	3	2	3
R17	3	3	2	3	3	3	2	2
R18	4	3	3	4	4	4	2	3
R19	4	4	2	3	4	3	3	3
R20	3	2	2	3	2	3	2	3

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.



BERITA ACARA SIDANG TUGAS AKHIR

Form TA 09.a

Pada hari ini :

Hari / Tanggal : Selasa/ 5 Juli 2022
 Tempat : Munaqasah Labor
 Waktu : 09.40 s/d 11.10 WIB

Telah dilaksanakan Seminar Proposal:


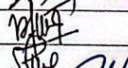



N a m a : Fadhiil Arrahman
 N. I. M : 11750215298
 Judul Tugas Akhir : Strategi Pengembangan Usaha pada UMKM Rysmندا Collection dengan Pendekatan Business Model Canvas

Komentar/Saran diisi oleh masing-masing Penguji, untuk ditindak lanjuti :

- Tambahkan latar belakang
 - perbaiki dan lengkapi judul (identifikasi)
 - propertion di perbaiki
 - Detilkan kembali q elemen pada metode Canvas.
 - Hindari kalimat umum pada (aspek)
 - perbaiki kesimpulan.

Harus mulai perbaikan dengan pembimbing dan penguji paling lambat dua (2) minggu setelah Seminar Proposal Tugas Akhir. Jika jarak waktu antara tanggal Seminar Proposal dan tanggal perbaikan proposal lebih dari satu (1) bulan, maka mahasiswa harus mengulangi Proses TA sejak dari proses awal.

Pekanbaru, 5 Juli 2022

Nama	NIP/NIK	Jabatan	Tanda Tangan
Anwardi, ST, MT	19821027 201503 1 001	Ketua Sidang	
Muhammad Rizki, MT	19870708 201903 1 014	Penguji I	
Fitriani Surayya Lubis, M.Sc	19901222 201903 2 015	Penguji II	
Silvia, M.Si	19780917 200912 1 003	Pembimbing I	
Ismu Kusumanto, ST, MT	19730412 200710 1 002	Pembimbing II	

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.

Hasil Uji Validitas Keener Internal software SPSS 25

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	XTotal
P1	Pearson Correlation	1	1.000**	.894	.905	1.000**	.962*	.905	.905	1.000**	.972*
	Sig. (2-tailed)		.000	.106	.095	.000	.038	.095	.095	.000	.028
	N	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
P2	Pearson Correlation	1.000**	1	.894	.905	1.000**	.962*	.905	.905	1.000**	.972*
	Sig. (2-tailed)	.000		.106	.095	.000	.038	.095	.095	.000	.028
	N	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
P3	Pearson Correlation	.894	.894	1	.944	.894	.947	.944	.944	.894	.969*
	Sig. (2-tailed)	.106	.106		.056	.106	.053	.056	.056	.106	.031
	N	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
P4	Pearson Correlation	.905	.905	.944	1	.905	.870	1.000**	1.000**	.905	.969*
	Sig. (2-tailed)	.095	.095	.056		.095	.130	.000	.000	.095	.031
	N	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
P5	Pearson Correlation	1.000**	1.000**	.894	.905	1	.962*	.905	.905	1.000**	.972*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.106	.095		.038	.095	.095	.000	.028
	N	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
P6	Pearson Correlation	.962*	.962*	.947	.870	.962*	1	.870	.870	.962*	.964*
	Sig. (2-tailed)	.038	.038	.053	.130	.038		.130	.130	.038	.036
	N	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
P7	Pearson Correlation	.905	.905	.944	1.000**	.905	.870	1	1.000**	.905	.969*

	Sig. (2-tailed)	.095	.095	.056	.000	.095	.130		.000	.095	.031
	N	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
P8	Pearson Correlation	.905	.905	.944	1.000**	.905	.870	1.000**	1	.905	.969*
	Sig. (2-tailed)	.095	.095	.056	.000	.095	.130	.000		.095	.031
	N	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
P9	Pearson Correlation	1.000**	1.000**	.894	.905	1.000**	.962*	.905	.905	1	.972*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.106	.095	.000	.038	.095	.095		.028
	N	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
XTotal	Pearson Correlation	.972*	.972*	.969*	.969*	.972*	.964*	.969*	.969*	.972*	1
	Sig. (2-tailed)	.028	.028	.031	.031	.028	.036	.031	.031	.028	
	N	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil Uji Validitas Keeneran Eksternal *software* SPSS 25

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	XTotal
P1	Pearson Correlation	1	.127	-.087	.237	.098	-.035	.467*	.200	.444*
	Sig. (2-tailed)		.594	.714	.315	.682	.883	.038	.398	.050
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
P2	Pearson Correlation	.127	1	.076	-.007	.085	.215	.313	.409	.524*
	Sig. (2-tailed)	.594		.749	.978	.720	.363	.180	.074	.018
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
P3	Pearson Correlation	-.087	.076	1	.087	.112	.562**	.105	.424	.501*
	Sig. (2-tailed)	.714	.749		.714	.639	.010	.660	.062	.025
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
P4	Pearson Correlation	.237	-.007	.087	1	.586**	.105	.101	-.096	.512*
	Sig. (2-tailed)	.315	.978	.714		.007	.659	.673	.686	.021
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
P5	Pearson Correlation	.098	.085	.112	.586**	1	.180	.117	-.095	.581**
	Sig. (2-tailed)	.682	.720	.639	.007		.449	.623	.691	.007
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
P6	Pearson Correlation	-.035	.215	.562**	.105	.180	1	-.042	.375	.557*
	Sig. (2-tailed)	.883	.363	.010	.659	.449		.860	.104	.011
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
P7	Pearson Correlation	.467*	.313	.105	.101	.117	-.042	1	.418	.533*

	Sig. (2-tailed)	.038	.180	.660	.673	.623	.860		.067	.016
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
P8	Pearson Correlation	.200	.409	.424	-.096	-.095	.375	.418	1	.568**
	Sig. (2-tailed)	.398	.074	.062	.686	.691	.104	.067		.009
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20
XTotal	Pearson Correlation	.444*	.524*	.501*	.512*	.581**	.557*	.533*	.568**	1
	Sig. (2-tailed)	.050	.018	.025	.021	.007	.011	.016	.009	
	N	20	20	20	20	20	20	20	20	20

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

ncantumkan dan menyebutkan sumber:
 enulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau t
 a Riau.
 ruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan



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

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA UMKM RYSMANDA
COLLECTION DENGAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS**

KUESIONER SWOT (INTERNAL)

IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Fitri
 Umur : 38 tahun
 Pendidikan : SMA

Faktor Internal:

Ketentuan pemberian bobot pada faktor strategis eksternal.

- a. Beri rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkannya dengan rata-rata industri atau dengan pesaing utama. Contohnya, jika kelemahan perusahaan besar sekali dibandingkan dengan rata-rata industri, nilainya adalah 1, sedangkan jika kelemahan perusahaan dibawah rata-rata industri, nilainya adalah 4.

Faktor-faktor strategis internal					
KEKUATAN		RATING			
		1	2	3	4
1	Akses ke pelanggan mudah dijangkau				X
2	Hubungan baik dengan toko yang dijaga				X
3	Mesin-mesin yang menunjang proses produksi			X	
4	Menggunakan SDM yang kompeten				X
5	Ketersediaan bahan baku			X	

Faktor-faktor strategis internal					
	KELEMAHAN	RATING			
		1	2	3	4
1	Tidak ada jaminan pelanggan untuk loyal				✓
2	Penjualan hanya celana sot			✓	
3	Bergantung hanya pada toko (pedagang perantara)			✓	
4	Modal usaha masih sedikit			✓	

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.

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA UMKM RYSMANDA
COLLECTION DENGAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS**

KUESIONER SWOT (INTERNAL)

IDENTITAS RESPONDEN

Nama : *Risma*
 Umur : *49*
 Pendidikan : *SMA*

Faktor Internal:

Ketentuan pemberian bobot pada faktor strategis eksternal.

- a. Beri rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkannya dengan rata-rata industri atau dengan pesaing utama. Contohnya, jika kelemahan perusahaan besar sekali dibandingkan dengan rata-rata industri, nilainya adalah 1, sedangkan jika kelemahan perusahaan dibawah rata-rata industri, nilainya adalah 4.

KEKUATAN		RATING			
		1	2	3	4
1	Akses ke pelanggan mudah dijangkau				✓
2	Hubungan baik dengan toko yang dijaga				✓
3	Mesin-mesin yang menunjang proses produksi				✓
4	Menggunakan SDM yang kompeten				✓
5	Ketersediaan bahan baku			✓	



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.

Faktor-faktor strategis internal					
KELEMAHAN		RATING			
		1	2	3	4
1	Tidak ada jaminan pelanggan untuk loyal	✓			
2	Penjualan hanya celana sot		✓		
3	Bergantung hanya pada toko (pedagang perantara)		✓		
4	Modal usaha masih sedikit		✓		



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.

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA UMKM RYSMANDA
COLLECTION DENGAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS**

KUESIONER SWOT (INTERNAL)

IDENTITAS RESPONDEN

Nama : *Maryuni*
 Umur : *40*
 Pendidikan : *SMA*

Faktor Internal:

Ketentuan pemberian bobot pada faktor strategis eksternal.

- a. Beri rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkannya dengan rata-rata industri atau dengan pesaing utama. Contohnya, jika kelemahan perusahaan besar sekali dibandingkan dengan rata-rata industri, nilainya adalah 1, sedangkan jika kelemahan perusahaan dibawah rata-rata industri, nilainya adalah 4.

Faktor-faktor strategis internal					
KEKUATAN		RATING			
		1	2	3	4
1	Akses ke pelanggan mudah dijangkau			✓	
2	Hubungan baik dengan toko yang dijaga			✓	
3	Mesin-mesin yang menunjang proses produksi		✓		
4	Menggunakan SDM yang kompeten			✓	
5	Ketersediaan bahan baku		✓		

Faktor-faktor strategis internal					
KELEMAHAN		RATING			
		1	2	3	4
1	Tidak ada jaminan pelanggan untuk loyal	✓			
2	Penjualan hanya celana sot	✓			
3	Bergantung hanya pada toko (pedagang perantara)	✓			
4	Modal usaha masih sedikit		✓		

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

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA UMKM RYSMANDA
COLLECTION DENGAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS**

KUESIONER SWOT (INTERNAL)

IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Sari
 Umur : 38 thn
 Pendidikan : SMA

Faktor Internal:

Ketentuan pemberian bobot pada faktor strategis eksternal.

- a. Beri rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkannya dengan rata-rata industri atau dengan pesaing utama. Contohnya, jika kelemahan perusahaan besar sekali dibandingkan dengan rata-rata industri, nilainya adalah 1, sedangkan jika kelemahan perusahaan dibawah rata-rata industri, nilainya adalah 4.

Faktor-faktor strategis internal					
KEKUATAN		RATING			
		1	2	3	4
1	Akses ke pelanggan mudah dijangkau			✓	
2	Hubungan baik dengan toko yang dijaga			✓	
3	Mesin-mesin yang menunjang proses produksi	✓			
4	Menggunakan SDM yang kompeten		✓		
5	Ketersediaan bahan baku		✓		

Faktor-faktor strategis internal					
KELEMAHAN		RATING			
		1	2	3	4
1	Tidak ada jaminan pelanggan untuk loyal			X	
2	Penjualan hanya celana sot			X	
3	Bergantung hanya pada toko (pedagang perantara)			X	
4	Modal usaha masih sedikit			X	

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.

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA UMKM RYSMANDA COLLECTION
DENGAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS**

KUESIONER SWOT (EKSTERNAL)

IDENTITAS RESPONDEN

Nama : DEALOVA AMANDA
 Umur : 17
 Pendidikan : SMKN 2 Bukittinggi

Faktor Eksternal

Ketentuan pemberian bobot pada faktor strategis eksternal

- a. Beri rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor), berdasarkan pengaruh faktor terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian rating untuk faktor peluang yang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancamannya sangat besar, ratingnya adalah 1. Sebaliknya, jika ancamannya sedikit ratingnya 4.

Faktor-faktor strategis eksternal					
PELUANG		Rating			
		1	2	3	4
1	Permintaan celana sot banyak				✓
2	Berkembangnya teknologi informasi untuk pemasaran produk			✓	
3	Menjalin kerjasama dengan toko penyedia bahan baku			✓	
4	Menjalin kerja sama dengan toko pakaian yang lain				✓

ANCAMAN	RATING			
	1	2	3	4
1 Harga bahan baku yang berubah-ubah			X	
2 Harga pesaing yang lebih murah		X		
3 Pesaing yang menggunakan mesin yang lebih efisien		X		
4 Ketergantungan pada toko pakaian.		X		

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.

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA UMKM RYSMANDA COLLECTION
DENGAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS**

KUESIONER SWOT (EKSTERNAL)

IDENTITAS RESPONDEN

Nama : FAUZIYAH ADLINA
 Umur : 19 TAHUN
 Pendidikan : SMA

Faktor Eksternal

Ketentuan pemberian bobot pada faktor strategis eksternal

- a. Beri rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor), berdasarkan pengaruh faktor terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian rating untuk faktor peluang yang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancamannya sangat besar, ratingnya adalah 1. Sebaliknya, jika ancamannya sedikit ratingnya 4.

PELUANG		Rating			
		1	2	3	4
1	Permintaan celana sot banyak			X	
2	Berkembangnya teknologi informasi untuk pemasaran produk				X
3	Menjalin kerjasama dengan toko penyedia bahan baku		X		
4	Menjalin kerja sama dengan toko pakaian yang lain				X

ANCAMAN	RATING			
	1	2	3	4
1 Harga bahan baku yang berubah-ubah				✓
2 Harga pesaing yang lebih murah		✓		
3 Pesaing yang menggunakan mesin yang lebih efisien		✓		
4 Ketergantungan pada toko pakaian.			✓	

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.

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA UMKM RYSMANDA COLLECTION
DENGAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS

KUESIONER SWOT (EKSTERNAL)

IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Nisma wati
Umur : 29
Pendidikan : SMA.

Faktor Eksternal

Ketentuan pemberian bobot pada faktor strategis eksternal

- a. Beri rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor), berdasarkan pengaruh faktor terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian rating untuk faktor peluang yang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancaman nya sangat besar, rating nya adalah 1. Sebaliknya, jika ancamannya sedikit ratingnya 4.

PELUANG		Rating			
		1	2	3	4
1	Permintaan celana sot banyak				✓
2	Berkembangnya teknologi informasi untuk pemasaran produk			✓	
3	Menjalin kerjasama dengan toko penyedia bahan baku		✓		
4	Menjalin kerja sama dengan toko pakaian yang lain				✓

ANCAMAN	RATING			
	1	2	3	4
1 Harga bahan baku yang berubah-ubah				X
2 Harga pesaing yang lebih murah			X	
3 Pesaing yang menggunakan mesin yang lebih efisien			X	
4 Ketergantungan pada toko pakaian.				X

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.

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA UMKM RYSMANDA COLLECTION
DENGAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS**

KUESIONER SWOT (EKSTERNAL)

IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Novita Sari Dewi.
Umur : 23 tahun.
Pendidikan : SMA.

Faktor Eksternal

Ketentuan pemberian bobot pada faktor strategis eksternal

- a. Beri rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor), berdasarkan pengaruh faktor terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian rating untuk faktor peluang yang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancamannya sangat besar, ratingnya adalah 1. Sebaliknya, jika ancamannya sedikit ratingnya 4.

Faktor-faktor strategis eksternal					
PELUANG		Rating			
		1	2	3	4
1	Permintaan celana sot banyak			X	
2	Berkembangnya teknologi informasi untuk pemasaran produk				X
3	Menjalin kerjasama dengan toko penyedia bahan baku			X	
4	Menjalin kerja sama dengan toko pakaian yang lain			X	



ANCAMAN	RATING			
	1	2	3	4
1 Harga bahan baku yang berubah-ubah				✓
2 Harga pesaing yang lebih murah		✓		
3 Pesaing yang menggunakan mesin yang lebih efisien			✓	
4 Ketergantungan pada toko pakaian.			✓	

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.

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA UMKM RYSMANDA COLLECTION
DENGAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS**

KUESIONER SWOT (EKSTERNAL)

IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Iwi Andras
Umur : 21 tahun
Pendidikan : SMA

Faktor Eksternal

Ketentuan pemberian bobot pada faktor strategis eksternal

- a. Beri rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor), berdasarkan pengaruh faktor terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian rating untuk faktor peluang yang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancamannya sangat besar, rating nya adalah 1. Sebaliknya, jika ancamannya sedikit ratingnya 4.

Faktor-faktor strategis eksternal					
PELUANG		Rating			
		1	2	3	4
1	Permintaan celana sot banyak				✓
2	Berkembangnya teknologi informasi untuk pemasaran produk			✓	
3	Menjalin kerjasama dengan toko penyedia bahan baku		✓		
4	Menjalin kerja sama dengan toko pakaian yang lain				✓



	ANCAMAN	RATING			
		1	2	3	4
1	Harga bahan baku yang berubah-ubah		✓		
2	Harga pesaing yang lebih murah			✓	
3	Pesaing yang menggunakan mesin yang lebih efisien		✓		
4	Ketergantungan pada toko pakaian.			✓	

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

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA UMKM RYSMANDA COLLECTION
DENGAN PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS***

KUESIONER SWOT (EKSTERNAL)

IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Dewi SAGITA
 Umur : 19 th
 Pendidikan : SMK N 1 Sintoga

Faktor Eksternal

Ketentuan pemberian bobot pada faktor strategis eksternal

- a. Beri rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor), berdasarkan pengaruh faktor terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian rating untuk faktor peluang yang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancamannya sangat besar, ratingnya adalah 1. Sebaliknya, jika ancamannya sedikit ratingnya 4.

Faktor-faktor strategis eksternal					
PELUANG		Rating			
		1	2	3	4
1	Permintaan celana sot banyak			✓	
2	Berkembangnya teknologi informasi untuk pemasaran produk				✓
3	Menjalin kerjasama dengan toko penyedia bahan baku		✓		
4	Menjalin kerja sama dengan toko pakaian yang lain			✓	



ANCAMAN	RATING			
	1	2	3	4
1 Harga bahan baku yang berubah-ubah			✓	
2 Harga pesaing yang lebih murah				✓
3 Pesaing yang menggunakan mesin yang lebih efisien		✓		
4 Ketergantungan pada toko pakaian.				✓

f 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 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.

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA UMKM RYSMANDA COLLECTION
DENGAN PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS***

KUESIONER SWOT (EKSTERNAL)

IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Mella Intania
 Umur : 24 tahun
 Pendidikan : S1 Teknologi Pangan Univ Bakrie.

Faktor Eksternal

Ketentuan pemberian bobot pada faktor strategis eksternal

- a. Beri rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor), berdasarkan pengaruh faktor terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian rating untuk faktor peluang yang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancamannya sangat besar, rating nya adalah 1. Sebaliknya, jika ancamannya sedikit ratingnya 4.

Faktor-faktor strategis eksternal					
PELUANG		Rating			
		1	2	3	4
1	Permintaan celana sot banyak			✓	
2	Berkembangnya teknologi informasi untuk pemasaran produk				✓
3	Menjalin kerjasama dengan toko penyedia bahan baku			✓	
4	Menjalin kerja sama dengan toko pakaian yang lain			✓	



J

ANCAMAN	RATING			
	1	2	3	4
1 Harga bahan baku yang berubah-ubah		✓		
2 Harga pesaing yang lebih murah		✓		
3 Pesaing yang menggunakan mesin yang lebih efisien		✓		
4 Ketergantungan pada toko pakaian.			✓	

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.



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.

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA UMKM RYSMANDA COLLECTION
DENGAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS**

KUESIONER SWOT (EKSTERNAL)

IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Syavira Pradita
 Umur : 24 th
 Pendidikan : S1

Faktor Eksternal

Ketentuan pemberian bobot pada faktor strategis eksternal

- a. Beri rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor), berdasarkan pengaruh faktor terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian rating untuk faktor peluang yang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancaman nya sangat besar, rating nya adalah 1. Sebaliknya, jika ancamannya sedikit ratingnya 4.

Faktor-faktor strategis eksternal					
PELUANG		Rating			
		1	2	3	4
1	Permintaan celana sot banyak			✓	
2	Berkembangnya teknologi informasi untuk pemasaran produk		✓		
3	Menjalain kerjasama dengan toko penyedia bahan baku		✓		
4	Menjalain kerja sama dengan toko pakaian yang lain			✓	

ANCAMAN	RATING			
	1	2	3	4
1 Harga bahan baku yang berubah-ubah		✓		
2 Harga pesaing yang lebih murah			✓	
3 Pesaing yang menggunakan mesin yang lebih efisien			✓	
4 Ketergantungan pada toko pakaian.			✓	

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.

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA UMKM RYSMANDA COLLECTION
DENGAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS**

KUESIONER SWOT (EKSTERNAL)

IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Fitria Marrian I
 Umur : 21 th
 Pendidikan : SMK N 2 Bukittinggi .

Faktor Eksternal

Ketentuan pemberian bobot pada faktor strategis eksternal

- a. Beri rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor), berdasarkan pengaruh faktor terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian rating untuk faktor peluang yang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancamannya sangat besar, rating nya adalah 1. Sebaliknya, jika ancamannya sedikit ratingnya 4.

Faktor-faktor strategis eksternal					
PELUANG		Rating			
		1	2	3	4
1	Permintaan celana sot banyak			✓	
2	Berkembangnya teknologi informasi untuk pemasaran produk			✓	
3	Menjalin kerjasama dengan toko penyedia bahan baku			✓	
4	Menjalin kerja sama dengan toko pakaian yang lain			✓	

ANCAMAN		RATING			
		1	2	3	4
1	Harga bahan baku yang berubah-ubah				✓
2	Harga pesaing yang lebih murah			✓	
3	Pesaing yang menggunakan mesin yang lebih efisien		✓		
4	Ketergantungan pada toko pakaian.		✓		

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.

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA UMKM RYSMANDA COLLECTION
DENGAN PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS*

KUESIONER SWOT (EKSTERNAL)

IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Puji Rahmawati
Umur : 20
Pendidikan : SMK 2 Bukit Tinggi

Faktor Eksternal

Ketentuan pemberian bobot pada faktor strategis eksternal

- a. Beri rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor), berdasarkan pengaruh faktor terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian rating untuk faktor peluang yang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancamannya sangat besar, ratingnya adalah 1. Sebaliknya, jika ancamannya sedikit ratingnya 4.

Faktor-faktor strategis eksternal					
PELUANG		Rating			
		1	2	3	4
1	Permintaan celana sot banyak			✓	
2	Berkembangnya teknologi informasi untuk pemasaran produk		✓		
3	Menjalin kerjasama dengan toko penyedia bahan baku			✓	
4	Menjalin kerja sama dengan toko pakaian yang lain				✓

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- 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.
- 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.

ANCAMAN	RATING			
	1	2	3	4
1 Harga bahan baku yang berubah-ubah		✓		
2 Harga pesaing yang lebih murah		✓		
3 Pesaing yang menggunakan mesin yang lebih efisien			✓	
4 Ketergantungan pada toko pakaian.			✓	

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.

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA UMKM RYSMANDA COLLECTION
DENGAN PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS***

KUESIONER SWOT (EKSTERNAL)

IDENTITAS RESPONDEN

Nama : *Rani Fitri*
 Umur : *21*
 Pendidikan : *SMA N 1 LUBUK ALUNG.*

Faktor Eksternal

Ketentuan pemberian bobot pada faktor strategis eksternal

- a. Beri rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor), berdasarkan pengaruh faktor terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian rating untuk faktor peluang yang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancamannya sangat besar, rating nya adalah 1. Sebaliknya, jika ancamannya sedikit ratingnya 4.

PELUANG		Rating			
		1	2	3	4
1	Permintaan celana sot banyak				✓
2	Berkembangnya teknologi informasi untuk pemasaran produk			✓	
3	Menjalin kerjasama dengan toko penyedia bahan baku		✓		
4	Menjalin kerja sama dengan toko pakaian yang lain			✓	



ANCAMAN	RATING			
	1	2	3	4
1 Harga bahan baku yang berubah-ubah		✓		
2 Harga pesaing yang lebih murah			✓	
3 Pesaing yang menggunakan mesin yang lebih efisien			✓	
4 Ketergantungan pada toko pakaian.				✓

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.

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA UMKM RYSMANDA COLLECTION
DENGAN PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS*

KUESIONER SWOT (EKSTERNAL)

IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Wila Anggina
Umur : 19 tahun
Pendidikan : SMK N 2 Bukit tinggi

Faktor Eksternal

Ketentuan pemberian bobot pada faktor strategis eksternal

- a. Beri rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor), berdasarkan pengaruh faktor terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian rating untuk faktor peluang yang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancamannya sangat besar, ratingnya adalah 1. Sebaliknya, jika ancamannya sedikit ratingnya 4.

Faktor-faktor strategis eksternal					
PELUANG		Rating			
		1	2	3	4
1	Permintaan celana sot banyak				✓
2	Berkembangnya teknologi informasi untuk pemasaran produk				✓
3	Menjalini kerjasama dengan toko penyedia bahan baku			✓	
4	Menjalini kerja sama dengan toko pakaian yang lain				✓

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.

ANCAMAN		RATING			
		1	2	3	4
1	Harga bahan baku yang berubah-ubah			✓	
2	Harga pesaing yang lebih murah		✓		
3	Pesaing yang menggunakan mesin yang lebih efisien		✓		
4	Ketergantungan pada toko pakaian.		✓		

f 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 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.

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA UMKM RYSMANDA COLLECTION
DENGAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS**

KUESIONER SWOT (EKSTERNAL)

IDENTITAS RESPONDEN

Nama : KHIDYA WILANDHA
 Umur : 23.
 Pendidikan : SMA. N 1 BANUHAMPU.

Faktor Eksternal

Ketentuan pemberian bobot pada faktor strategis eksternal

- a. Beri rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor), berdasarkan pengaruh faktor terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian rating untuk faktor peluang yang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancamannya sangat besar, ratingnya adalah 1. Sebaliknya, jika ancamannya sedikit ratingnya 4.

Faktor-faktor strategis eksternal					
PELUANG		Rating			
		1	2	3	4
1	Permintaan celana sot banyak			✓	
2	Berkembangnya teknologi informasi untuk pemasaran produk			✓	
3	Menjalani kerjasama dengan toko penyedia bahan baku		✓		
4	Menjalani kerja sama dengan toko pakaian yang lain			✓	



	ANCAMAN	RATING			
		1	2	3	4
1	Harga bahan baku yang berubah-ubah				✓
2	Harga pesaing yang lebih murah			✓	
3	Pesaing yang menggunakan mesin yang lebih efisien		✓		
4	Ketergantungan pada toko pakaian.		✓		

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.

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA UMKM RYSMANDA COLLECTION
DENGAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS**

KUESIONER SWOT (EKSTERNAL)

IDENTITAS RESPONDEN

Nama : *Putri Sudarni*
 Umur : *19*
 Pendidikan : *SMK IV 3 Payakumbuh*

Faktor Eksternal

Ketentuan pemberian bobot pada faktor strategis eksternal

- a. Beri rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor), berdasarkan pengaruh faktor terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian rating untuk faktor peluang yang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancamannya sangat besar, ratingnya adalah 1. Sebaliknya, jika ancamannya sedikit ratingnya 4.

Faktor-faktor strategis eksternal					
PELUANG		Rating			
		1	2	3	4
1	Permintaan celana sot banyak		✓		
2	Berkembangnya teknologi informasi untuk pemasaran produk			✓	
3	Menjalin kerjasama dengan toko penyedia bahan baku			✓	
4	Menjalin kerja sama dengan toko pakaian yang lain				✓

ANCAMAN	RATING			
	1	2	3	4
1 Harga bahan baku yang berubah-ubah		✓		
2 Harga pesaing yang lebih murah		✓		
3 Pesaing yang menggunakan mesin yang lebih efisien		✓		
4 Ketergantungan pada toko pakaian.			✓	

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.

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA UMKM RYSMANDA COLLECTION
DENGAN PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS***

KUESIONER SWOT (EKSTERNAL)

IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Putri Bertian R.
 Umur : 20
 Pendidikan : SMK N 2 Bukittinggi

Faktor Eksternal

Ketentuan pemberian bobot pada faktor strategis eksternal

- a. Beri rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor), berdasarkan pengaruh faktor terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian rating untuk faktor peluang yang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancamannya sangat besar, rating nya adalah 1. Sebaliknya, jika ancamannya sedikit ratingnya 4.

Faktor-faktor strategis eksternal					
PELUANG		Rating			
		1	2	3	4
1	Permintaan celana sot banyak			✓	
2	Berkembangnya teknologi informasi untuk pemasaran produk			✓	
3	Menjalin kerjasama dengan toko penyedia bahan baku		✓		
4	Menjalin kerja sama dengan toko pakaian yang lain		✓		



ANCAMAN		RATING			
		1	2	3	4
1	Harga bahan baku yang berubah-ubah		X		
2	Harga pesaing yang lebih murah			X	
3	Pesaing yang menggunakan mesin yang lebih efisien		X		
4	Ketergantungan pada toko pakaian.			X	

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.

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA UMKM RYSMANDA COLLECTION
DENGAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS**

KUESIONER SWOT (EKSTERNAL)

IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Rosi Azidah
 Umur : 21 thn
 Pendidikan : SMkN 1 Matur

Faktor Eksternal

Ketentuan pemberian bobot pada faktor strategis eksternal

- a. Beri rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor), berdasarkan pengaruh faktor terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian rating untuk faktor peluang yang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancamannya sangat besar, rating nya adalah 1. Sebaliknya, jika ancamannya sedikit ratingnya 4.

Faktor-faktor strategis eksternal					
PELUANG		Rating			
		1	2	3	4
1	Permintaan celana sot banyak				X
2	Berkembangnya teknologi informasi untuk pemasaran produk			X	
3	Menjalin kerjasama dengan toko penyedia bahan baku			X	
4	Menjalin kerja sama dengan toko pakaian yang lain			X	

ANCAMAN	RATING			
	1	2	3	4
1 Harga bahan baku yang berubah-ubah				✓
2 Harga pesaing yang lebih murah				✓
3 Pesaing yang menggunakan mesin yang lebih efisien		✓		
4 Ketergantungan pada toko pakaian.			✓	

iltan 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 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.

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA UMKM RYSMANDA COLLECTION
DENGAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS**

KUESIONER SWOT (EKSTERNAL)

IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Nadira Ayu Febrina
 Umur : 25 tahun
 Pendidikan : S1.

Faktor Eksternal

Ketentuan pemberian bobot pada faktor strategis eksternal

- a. Beri rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor), berdasarkan pengaruh faktor terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian rating untuk faktor peluang yang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancamannya sangat besar, rating'nya adalah 1. Sebaliknya, jika ancamannya sedikit ratingnya 4.

Faktor-faktor strategis eksternal					
PELUANG		Rating			
		1	2	3	4
1	Permintaan celana sot banyak				✓
2	Berkembangnya teknologi informasi untuk pemasaran produk			✓	
3	Menjalin kerjasama dengan toko penyedia bahan baku			✓	
4	Menjalin kerja sama dengan toko pakaian yang lain				✓

ANCAMAN		RATING			
		1	2	3	4
1	Harga bahan baku yang berubah-ubah				✓
2	Harga pesaing yang lebih murah			✓	
3	Pesaing yang menggunakan mesin yang lebih efisien			✓	
4	Ketergantungan pada toko pakaian.			✓	

Ilhan 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 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.

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA UMKM RYSMANDA COLLECTION
DENGAN PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS***

KUESIONER SWOT (EKSTERNAL)

IDENTITAS RESPONDEN

Nama : MISFREOTRI EUSTI NANDA.
 Umur : 22 TAHUN
 Pendidikan : SMA

Faktor Eksternal

Ketentuan pemberian bobot pada faktor strategis eksternal

- a. Beri rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor), berdasarkan pengaruh faktor terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian rating untuk faktor peluang yang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancamannya sangat besar, rating nya adalah 1. Sebaliknya, jika ancamannya sedikit ratingnya 4.

Faktor-faktor strategis eksternal					
PELUANG		Rating			
		1	2	3	4
1	Permintaan celana sot banyak				✓
2	Berkembangnya teknologi informasi untuk pemasaran produk				✓
3	Menjalini kerjasama dengan toko penyedia bahan baku		✓		
4	Menjalini kerja sama dengan toko pakaian yang lain			✓	



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.

ANCAMAN		RATING			
		1	2	3	4
1	Harga bahan baku yang berubah-ubah		X		
2	Harga pesaing yang lebih murah			X	
3	Pesaing yang menggunakan mesin yang lebih efisien		X		
4	Ketergantungan pada toko pakaian.			X	



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.

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA UMKM RYSMANDA COLLECTION
DENGAN PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS***

KUESIONER SWOT (EKSTERNAL)

IDENTITAS RESPONDEN

Nama : *Orelia Jasli Alica*
 Umur : *26 thn*
 Pendidikan : *SMA*

Faktor Eksternal

Ketentuan pemberian bobot pada faktor strategis eksternal

- a. Beri rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor), berdasarkan pengaruh faktor terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian rating untuk faktor peluang yang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancamannya sangat besar, rating nya adalah 1. Sebaliknya, jika ancamannya sedikit ratingnya 4.

Faktor-faktor strategis eksternal					
PELUANG		Rating			
		1	2	3	4
1	Permintaan celana sot banyak			x	
2	Berkembangnya teknologi informasi untuk pemasaran produk		x		
3	Menjalin kerjasama dengan toko penyedia bahan baku		x		
4	Menjalin kerja sama dengan toko pakaian yang lain			x	

ANCAMAN	RATING			
	1	2	3	4
1 Harga bahan baku yang berubah-ubah			X	
2 Harga pesaing yang lebih murah			X	
3 Pesaing yang menggunakan mesin yang lebih efisien		X		
4 Ketergantungan pada toko pakaian.		X		

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.

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA UMKM RYSMANDA COLLECTION
DENGAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS**

KUESIONER SWOT (EKSTERNAL)

IDENTITAS RESPONDEN

Nama : Zulaidha Fitri Yani
 Umur : 23 tahun
 Pendidikan : D3 Manajemen

Faktor Eksternal

Ketentuan pemberian bobot pada faktor strategis eksternal

- a. Beri rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor), berdasarkan pengaruh faktor terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian rating untuk faktor peluang yang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil, diberi rating +1). Pemberian rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai ancamannya sangat besar, rating nya adalah 1. Sebaliknya, jika ancamannya sedikit ratingnya 4.

Faktor-faktor strategis eksternal					
PELUANG		Rating			
		1	2	3	4
1	Permintaan celana sot banyak			X	
2	Berkembangnya teknologi informasi untuk pemasaran produk			X	
3	Menjalin kerjasama dengan toko penyedia bahan baku		X		
4	Menjalin kerja sama dengan toko pakaian yang lain			X	



ANCAMAN		RATING			
		1	2	3	4
1	Harga bahan baku yang berubah-ubah				✓
2	Harga pesaing yang lebih murah			✓	
3	Pesaing yang menggunakan mesin yang lebih efisien			✓	
4	Ketergantungan pada toko pakaian.			✓	

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.

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA UMKM RYSMANDA COLLECTION
DENGAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS**

KUESIONER PERBANDINGAN BERPASANGAN

Petunjuk pengisian: berilah tanda pada kolom skala kriteria (A) atau pada kolom skala kriteria (B) yang sesuai dengan pendapat anda:

Definisi Kode:

Nilai	Definisi
1	Kedua kriteria sama penting
3	Kriteria satu sedikit lebih penting daripada yang lainnya.
5	Kriteria satu sangat penting dibandingkan yang lainnya.
7	Kriteria satu jelas lebih penting dari kriteria yang lainnya.
9	Kriteria satu mutlak lebih penting dari kriteria yang lainnya.
2,4,6,8	Nilai di antara keduanya jika terjadi keraguan.

Contoh Pengisian:

No	Kriteria	Penilaian																		Kriteria
		9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
1	A					<input checked="" type="radio"/>													B	
2	A									<input checked="" type="radio"/>									C	
3	B																	<input checked="" type="radio"/>	C	

Arti dari pengisian tersebut:

- A lebih penting dari pada B
- A sama pentingnya dengan C
- C mutlak lebih penting daripada B



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.

Kriteria	Penilaian																		Kriteria
SO	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	WO	
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	ST	
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	WT	
WO	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	ST	
	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	WT	
ST	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	WT	

BIOGRAFI PENULIS



Fadhiil Arrahman dilahirkan di Bukittinggi pada tanggal 21 Juni 1998. Anak dari pasangan ayahanda bernama Zulkifli dan Ibunda bernama Syafitri. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara. Adapun perjalanan penulis dalam jenjang menuntut Ilmu Pengetahuan, penulis telah mengikuti pendidikan formal sebagai berikut:

- | | | |
|------------|---|--|
| Tahun 2003 | : | Memasuki Taman Kanak-Kanak Jammi'atul Hujjaj, Kota Bukittinggi, Provinsi Sumatera Barat. |
| Tahun 2004 | : | Memasuki Sekolah Dasar Negeri 12 Kel Bukit Cangang Kayu Ramang, Kota Bukittinggi, Provinsi Sumatera Barat. |
| Tahun 2010 | : | Memasuki Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 Bukittinggi, Kecamatan Guguak Panjang Kota Bukittinggi, Provinsi Sumatera Barat |
| Tahun 2013 | : | Memasuki Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Bukittinggi, Kecamatan Guguak Panjang, Kota Bukittinggi, Provinsi Sumatera Barat. |
| Tahun 2017 | : | Terdaftar sebagai mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Syarif Kasim Riau, jurusan Teknik Industri. |
| E-mail | : | fadhiilarrahman9@gmail.com |

© Hak cipta

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.