



UIN SUSKA RIAU

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIE RIAU DENGAN MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM)

TUGAS AKHIR

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Teknik
Pada Program Studi Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*

Disusun Oleh:

SASKIA FERALDINE
NIM: 12050224200



PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2025

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

LEMBAR PERSETUJUAN

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIE RIAU DENGAN MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN *QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM)*

TUGAS AKHIR

SASKIA FERALDINE

NIM. 12050224200

Telah diperiksa dan disetujui sebagai laporan tugas akhir
di Pekanbaru, pada tanggal 26 Juni 2025.

Pembimbing I

Ismu Kusumanto, S.T., M.T.
NIP. 197304122001101002

Pembimbing II

Suherman, S.T., M.T.
NIP. 198403012023211013

Mengetahui,
Ketua Program Studi Teknik Industri
Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau

Ketua Program Studi

Misra Hartati, S.T., M.T.
NIP. 198205272015032002



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 MIE RIAU DENGAN MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM)

TUGAS AKHIR

oleh:

SASKIA FERALDINE
NIM. 12050224200

Telah dipertahankan di depan sidang dewan penguji
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik
Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
di Pekanbaru, pada tanggal 26 Juni 2025



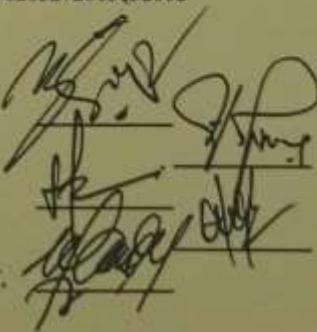
Pekanbaru, 26 Juni 2025

Mengesahkan,

Ketua Jurusan

Misra Harrati, S.T., M.T.
NIP. 198205272015032002

DEWAN PENGUJI :

- Ketua : Muhammad Nur, S.T., M.Si.
Sekretaris I : Ismu Kusumanto, S.T., M.T.
Sekretaris II : Suherman, S.T., M.T.
Anggota I : Tengku Nurainun, S.T., M.T., Ph.D.
Anggota II : Muhammad Ihsan Hamdy, S.T., M.T.
- 



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 pada penulis. Referensi kepustakaan diperkenankan dicatat, tetapi pengutipan atau ringkasan hanya dapat dilakukan sejauh penulis dan harus disertai dengan kebiasaan ilmiah untuk menyebutkan sumbernya.

Penggandaan atau penerbitan sebagian atau seluruh Tugas Akhir ini harus memperoleh izin tertulis dari Dekan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Perpustakaan yang meminjamkan Tugas Akhir ini untuk anggotanya diharapkan untuk 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.



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 : 25/2025
Tanggal : 26 Juni 2025

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Saskia Feraldine

NIM : 12050224200

Tempat/Tanggal Lahir : Duri, 10 Agustus 2002

Fakultas : Sains dan Teknologi

Program Studi : Teknik Industri

Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha Mie Riau dengan Menggunakan Metode SWOT dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM)

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian dan pemikiran saya sendiri.
2. Semua kutipan sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu skripsi saya ini, saya nyatakan bebas plagiat.
4. Apabila dikemudian hari ditemukan plagiat pada skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.
5. Dengan demikian surat ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 26 Juni 2025
Yang membuat Pernyataan,

Saskia Feraldine
NIM. 12050224200



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

LEMBAR PERSEMBAHAN

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya

(Al-Quran: Al-Baqarah 286)

وَمَنْ يَتَّقِ اللَّهَ يَجْعَلُ لَهُ مِنْ أَمْرِهِ يُسْرًا

Dan Barang siapa yang bertaqwa kepada allah, niscaya allah menjadikan baginya kemudahan dalam urusannya

(Al-Quran: At-Talaq 4)

*

Kata waktu kian tergerus menipis macam sehelai rambut yang makin menua
Tiba akal tiba masa dengan sendirinya

Tuntutan masa depan yang tak sepecikpun berupa lawakan belaka

Jalani perintah pulsa dengan konsekuensinya, karena realita tak melulu sesuai ekspektasinya
Sebuah persembahan biasa yang tak menutup kemungkinan jadi luar biasa

Dari seorang sederhana dengan optimisme seluas wahana

Kepada sesiapa pun yang menolak untuk berpura-pura buta

Akan wawasan dan ilmu seluas-luasnya

Jangan pucukkan pengharapan kepada manusia

Cukup berdoa sembari berharap semuanya bias

Ku persembahkan skripsi ini kepada kedua orang tua penulis yang penulis cintai dan sayangi
Ayahanda Ferdinand Sari dan Ibunda Desi Yelhermania yang telah memberikan cinta, kasih
sayang dan dukungan sehingga menjadi sumber inspirasi dan motiasi bagi penulis untuk
berjuang hingga bisa memperoleh gelar Sarjana Teknik. Terima kasih banyak untuk setiap
pengorbanan, nasihat dan do'a baik, yang tiada henti kalian berikan kepada penulis.

UIN SUSKA RIAU



UIN SUSKA RIAU

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIE RIAU DENGAN MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM)

SASKIA FERALDINE
12050224200

Program Studi Teknik Industri
Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Jl. HR. Soebrantas Km. 15, No. 155, Pekanbaru

ABSTRAK

Kegiatan Usaha Kecil memerlukan strategi yang tepat dalam mengembangkan usaha. Untuk dapat bersaing dan berkembang, perusahaan perlu mempertahankan atau menjaga strategi yang tepat dengan memperhatikan lingkungan usaha baik faktor internal maupun faktor eksternal untuk meningkatkan pendapatan. Usaha Mie Riau merupakan salah satu usaha yang bergerak dibidang memproduksi serta menjual mie yang berbahan baku tepung terigu. Pada penelitian ini ditemukan beberapa masalah seperti tingkat penjualan yang menurun serta adanya kompotitor yang menjual produk sejenis yang akan mempengaruhi tingkat pendapatan pada Usaha Mie Riau. Tujuan dilakukannya penelitian ini untuk menganalisa faktor yang mempengaruhi Usaha Mie Riau, serta mencari alternatif strategi dapat dilakukan dengan menggunakan metode SWOT dan menganalisa berbagai alternatif strategi menggunakan matriks QSPM. Hasil analisa menunjukkan bahwa Usaha Mie Riau berada dalam posisi tumbuh dan berkembang dengan skor matriks IFE 3,7 dan matriks EFE 2,99. Berdasarkan analisis QSPM diperoleh alternatif strategi utama yakni menciptakan berbagai varian produk mie dengan nilai TAS 8,359.

Kata Kunci : Strategi pengembangan, Pemasaran, SWOT, QSPM

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.



UIN SUSKA RIAU

BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY OF RIAU NOODLES USING SWOT METHOD AND QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM)

SASKIA FERALDINE
12050224200

Program Studi Teknik Industri
Fakultas Sains dan Teknologi

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Jl. HR. Soebrantas Km. 15, No. 155, Pekanbaru

ABSTRACT

Small business activities require the right strategy in developing a business. To be able to compete and develop, companies need to maintain or maintain the right strategy by paying attention to the business environment both internal factors and external factors to increase revenue. Mie Riau business is one of the businesses engaged in producing and selling noodles made from wheat flour. In this study, several problems were found such as the declining sales level and the presence of competitors who sell similar products which will affect the level of income at the Riau Noodle Business. The purpose of this research is to analyze the factors affecting the Riau Noodle Business, and designing alternative strategies can be done using the SWOT method and analyzing various alternative strategies using the QSPM matrix. The results of the analysis show that Riau Noodle Business is in a growing and developing position with an IFE matrix score of 3.7 and an EFE matrix of 2.99. Based on QSPM analysis, the main alternative strategy is to create various variants of noodle products with a TAS value of 8.359

Keywords : *Development Strategy, Marketing, SWOT, QSPM*

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.

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

Hak cipta milik UIN Suska Riau



UIN SUSKA RIAU

© I

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT, atas segala Rahmat, Karunia yang telah dilimpahkannya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini dengan judul “**Strategi Pengembangan Usaha Mie Riau Dengan Menggunakan Metode SWOT dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)**”. Shalawat serta salam semoga Allah SWT sampaikan kepada Baginda Rasulullah Nabi Muhammad SAW.

Laporan Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapat gelar Sarjana Teknik di Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Banyak pihak yang telah membantu penulis dalam menyusun Tugas Akhir, untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Leny Nofianti, MS, SE, M.Si, Ak, CA, 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. Ibu Misra Hartati, S.T., M.T., selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Anwardi, S.T., M.T., selaku Sekretaris Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Nazaruddin, S.T., M.T., selaku Koordinator Tugas Akhir Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Ibu Dr. Rika. S.Si., M.Sc., selaku Penasehat Akademis yang telah banyak membimbing, menasehati, dan memberikan ilmu pengetahuan bagi penulis selama masa perkuliahan.
7. Bapak Ismu Kusumanto, S.T., M.T., selaku dosen pembimbing I yang telah banyak membantu, mendidik, meluangkan waktu, tenaga dan fikiran untuk berdiskusi, serta memberikan saran dan arahan dalam penyelesaian Laporan



UIN SUSKA RIAU

Tugas Akhir ini. Bapak Suherman, S.T., M.T., selaku dosen pembimbing II yang telah banyak membantu, mendidik, meluangkan waktu untuk berdiskusi, dan memberikan saran dan arahan dalam penyelesaian Laporan Tugas Akhir ini sehingga Tugas Akhir ini dapat selesai.

8. Ibu Tengku Nurainun, S.T., M.T., Ph.D dan Bapak Muhammad Ihsan Hamdy, S.T., M.T., selaku dewan pengaji yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan saran dalam penulisan Laporan Tugas Akhir ini.
9. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.
10. Seluruh pihak Usaha Mie Riau yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian dan telah meluangkan waktunya pada saat wawancara.
11. Teristimewa untuk kedua orang tua penulis, Ayahanda Ferdinal Sari dan Ibunda Desi Yelhermania yang telah memberikan semangat, dukungan, dan do'a yang tiada henti kepada penulis dalam menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini dengan baik. Serta seluruh keluarga yang selalu mendoakan untuk kesuksesan dan memberikan motivasi hingga selesaiya Laporan Tugas Akhir ini. Tanpa mereka, penulis tidak akan mampu mencapai hingga titik ini.
12. Kepada adik-adik tersayang, Leony Fiolenchia, Nadine Cynthia Fedina dan Bryan Muhammad Nizam yang menjadi sumber bahagia serta alasan penulis untuk berjuang dan berusaha menjadi contoh yang baik. Terimakasih atas semua semangat yang telah diberikan.
13. Kepada teman BPJS yang menjadi sahabat penulis yang telah menjadi sumber motivasi dan memberikan dukungan, semangat, serta kebersamaan yang kalian berikan. Semoga kita semua sukses
14. Teman-teman Teknik Industri angkatan 2020 yang namanya tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah hadir membantu penulis selama berkuliahan sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan 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.

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.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Penulis menyadari bahwa penulisan Laporan Tugas Akhir ini masih banyak terdapat kekurangan serta kesalahan, untuk itu penulis menerima adanya masukan berupa kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak. Akhirnya penulis berharap semoga Laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Pekanbaru, 26 Juni 2025

Penulis

Saskia Feraldine
NIM. 12050224200



UIN SUSKA RIAU

DAFTAR ISI

	HALAMAN
HALAMAN COVER	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR HAK ATAS KELAYAKAN INTELEKTUAL.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
LEMBAR PERSEMBERAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR RUMUS.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
 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 Posisi Penelitian	4
1.7 Sistematika Penulisan	6
 BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Mie	7
2.2 Strategi	7
2.3 Pemasaran	8
2.3.1 Konsep Strategi Pemasaran	8

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 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.

2.4	Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	9
2.5	Manajemen Strategi	10
2.6	Perencanaan Strategi	12
2.6.1	Manfaat Perencanaan Strategis.....	13
2.7	Wawancara dan Kuesioner	14
2.8	Populasi dan Sampel	14
2.9	Teknik Pengambilan Sampel.....	15
2.10	Ukuran Sampel.....	17
2.11	Skala Pengukuran	19
2.12	Uji Validitas.....	20
2.13	Uji Reliabilitas	20
2.14	Formulasi Strategis	21
2.14.1	IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>)	22
2.14.2	EFE (<i>Eksternal Factor Evaluation</i>).....	22
2.14.3	Matriks IE (Internal-Eksternal).....	23
2.15	Analisis SWOT	23
2.15.1	Komponen – Komponen Analisis SWOT	24
2.16	Analisis QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>)	26

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Studi Pendahuluan.....	30
3.2	Studi Literatur	30
3.3	Identifikasi Masalah	30
3.4	Rumusan Masalah	30
3.5	Tujuan Penelitian.....	31
3.6	Manfaat Penelitian	31
3.7	Identifikasi Variabel dan Indikator	31
3.8	Penentuan Populasi dan Sampel.....	31
3.9	Penyusunan dan Pembuatan Kuesioner	33
3.10	Pengumpulan Data	33
3.10.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	34



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.

3.11 Pengolahan Data.....	34
3.11.1 Analisis Matriks IFE dan Matriks EFE	34
3.11.2 Analisis Matriks IE dan Matriks SWOT	35
3.11.3 Analisis Matriks QSPM.....	35
3.12 Analisa	35
3.13 Kesimpulan dan Saran.....	35

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Pengumpulan Data	37
4.2 Profil Perusahaan	37
4.3 Struktur Organisasi.....	37
4.4 Analisis Lingkungan Internal	38
4.5 Analisi Lingkungan Eksternal	40
4.6 Demografi Responden.....	41
4.7 Uji Validitas dan Reliabilitas	43
4.8 Pengolahan Data.....	46
4.8.1 Analisa Faktor Internal dan Faktor Eksternal	46
4.8.1.1 Matriks IFE	46
4.8.1.2 Matriks EFE	49
4.8.1.3 Matriks IE.....	52
4.8.1.4 Analisis SWOT	53
4.8.2 Analisis QSPM	55

BAB V ANALISA

5.1 Analisa Pengolahan Data	62
5.1.1 Analisa Faktor Internal dan Faktor Eksternal	62
5.1.1.1 Matriks IFE	62
5.1.1.2 Matriks EFE	63
5.1.1.3 Matriks IE.....	63
5.1.1.4 Analisis SWOT	64
5.2 Analisis QSPM.....	66



UIN SUSKA RIAU

BAB VI PENUTUP

6.1	Kesimpulan	67
6.2	Saran.....	68

DAFTAR PUSTAKA

© 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.



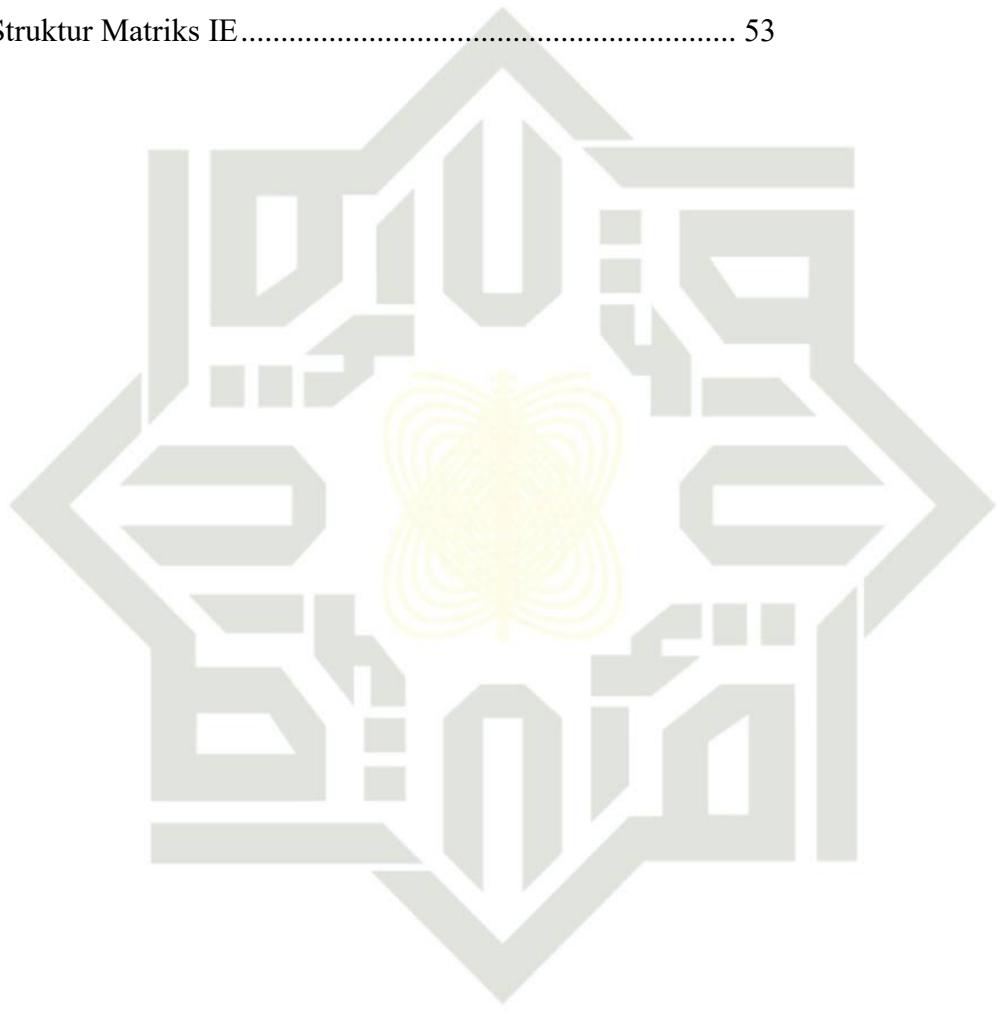
UIN SUSKA RIAU

DAFTAR GAMBAR

	HALAMAN
Gambar 3.1	Flowchart Metodologi Penelitian.....
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Mie Riau
Gambar 4.2	Grafik Jenis Kelamin.....
Gambar 4.3	Grafik Pekerjaan
Gambar 4.4	Struktur Matriks IE.....

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



DAFTAR TABEL

TABEL	HALAMAN
Tabel 1.1 Data Penjualan.....	1
Tabel 1.2 Data SDM.....	2
Tabel 1.3 Posisi Penelitian.....	4
Tabel 2.1 Kerangka Formulasi Strategis	21
Tabel 2.2 Matriks IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>).....	22
Tabel 2.3 Matriks EFE (<i>Eksternal Factor Evaluation</i>)	22
Tabel 2.4 Matriks SWOT	25
Tabel 2.5 Matriks QSPM.....	27
Tabel 4.1 Jenis Kelamin	42
Tabel 4.2 Pekerjaan	42
Tabel 4.3 <i>Output</i> Validitas Faktor Internal	44
Tabel 4.4 <i>Output</i> Reliabilitas Faktor Internal	44
Tabel 4.5 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Faktor Internal	44
Tabel 4.6 <i>Output</i> Validitas Faktor Eksternal	45
Tabel 4.7 <i>Output</i> Reliabilitas Faktor Eksternal	45
Tabel 4.8 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Faktor Eksternal	46
Tabel 4.9 Rekapitulasi Rating dan Bobot Faktor Kekuatan	47
Tabel 4.10 Rekapitulasi Rating dan Bobot Faktor Kelemahan	48
Tabel 4.11 Rekapitulasi Rataing dan Bobot Faktor Internal	49
Tabel 4.12 Rekapitulasi Rataing dan Bobot Faktor Peluang.....	50
Tabel 4.13 Rekapitulasi Rataing dan Bobot Faktor Ancaman.....	51
Tabel 4.14 Rekapitulasi Rataing dan Bobot Faktor Eksternal.....	52
Tabel 4.15 Analisis SWOT.....	54
Tabel 4.16 Rekapitulasi Pengisian Kuesioner QSPM Pada Strategi 1 Untuk Menentukan <i>Attractive Score</i> (Faktor Internal)....	55
Tabel 4.17 Rekapitulasi Pengisian Kuesioner QSPM Pada 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.

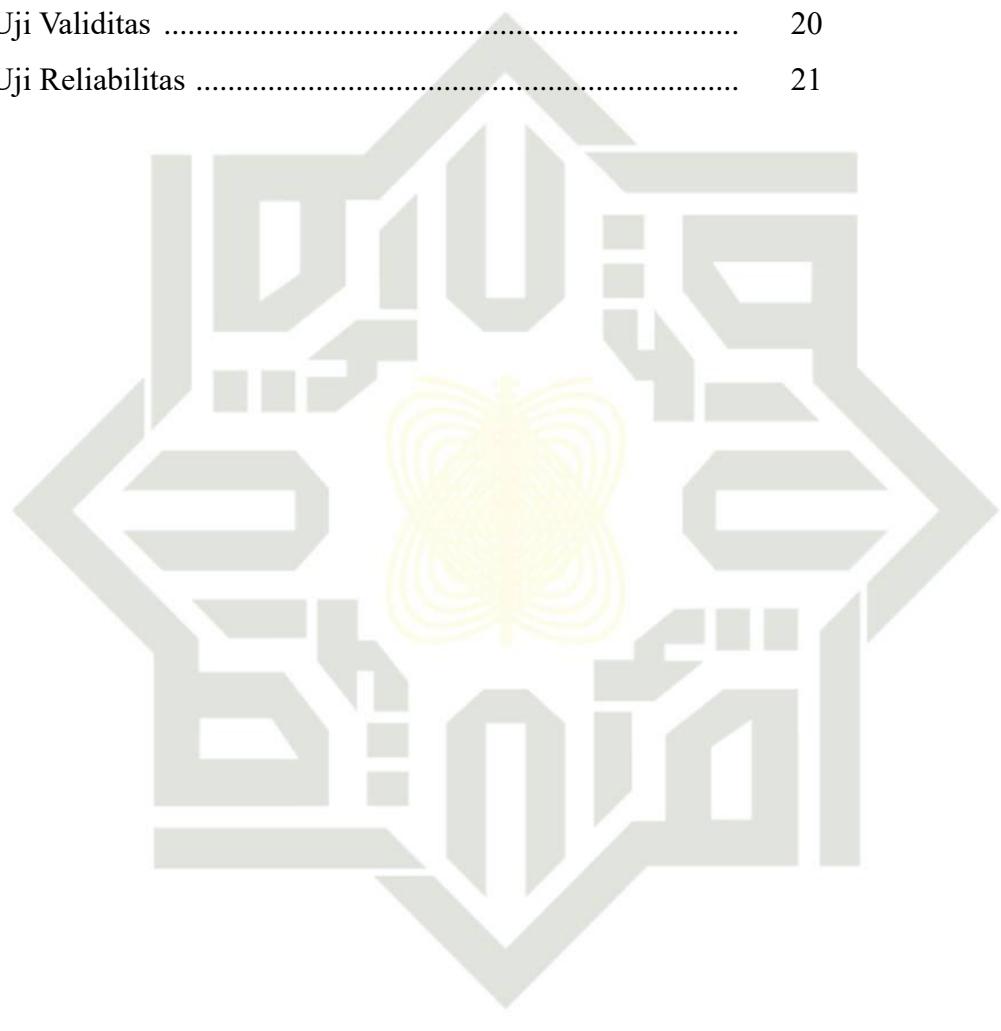
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang	
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:	
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.	
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.	
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.	
© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau	
Tabel 4.18	1 Untuk Menentukan <i>Attractive Score</i> (Faktor Eksternal) .. 55
	Rekapitulasi Pengisian Kuesioner QSPM Pada Strategi
Tabel 4.19	2 Untuk Menentukan <i>Attractive Score</i> (Faktor Internal).... 56
	Rekapitulasi Pengisian Kuesioner QSPM Pada Strategi
Tabel 4.20	2 Untuk Menentukan <i>Attractive Score</i> (Faktor Eksternal).. 56
	Rekapitulasi Pengisian Kuesioner QSPM Pada Strategi
Tabel 4.21	3 Untuk Menentukan <i>Attractive Score</i> (Faktor Internal).... 56
	Rekapitulasi Pengisian Kuesioner QSPM Pada Strategi 3
	Untuk Menentukan <i>Attractive Score</i> (Faktor Eksternal).... 57
Tabel 4.22	Rekapitulasi Pengisian Kuesioner QSPM Pada Strategi 4
	Untuk Menentukan <i>Attractive Score</i> (Faktor Internal)..... 57
Tabel 4.23	Rekapitulasi Pengisian Kuesioner QSPM Pada Strategi 4
	Untuk Menentukan <i>Attractive Score</i> (Faktor Eksternal) 57
Tabel 4.24	Rekapitulasi Pengisian Kuesioner QSPM Pada Strategi 5
	Untuk Menentukan <i>Attractive Score</i> (Faktor Internal)..... 58
Tabel 4.25	Rekapitulasi Pengisian Kuesioner QSPM Pada Strategi 5
	Untuk Menentukan <i>Attractive Score</i> (Faktor Eksternal) 58
Tabel 4.26	Rekapitulasi Pengisian Kuesioner QSPM Pada Strategi 6
	Untuk Menentukan <i>Attractive Score</i> (Faktor Internal)..... 58
Tabel 4.27	Rekapitulasi Pengisian Kuesioner QSPM Pada Strategi 6
	Untuk Menentukan <i>Attractive Score</i> (Faktor Eksternal) 59
Tabel 4.28	Rekapitulasi Pengisian Kuesioner QSPM Pada Strategi 7
	Untuk Menentukan <i>Attractive Score</i> (Faktor Internal)..... 59
Tabel 4.29	Rekapitulasi Pengisian Kuesioner QSPM Pada Strategi 7
	Untuk Menentukan <i>Attractive Score</i> (Faktor Eksternal) 59
Tabel 4.30	Rekapitulasi Nilai TAS Strategi Faktor Internal..... 60
Tabel 4.31	Rekapitulasi Nilai TAS Strategi Faktor Eksternal 60
Tabel 4.32	Peringkat Alternatif Strategi 61



UIN SUSKA RIAU

DAFTAR RUMUS

RUMUS	HALAMAN
Rumus 2.1 Rumus Slovin	17
Rumus 2.2 Rumus Lemeshow	17
Rumus 2.3 Rumus Cochran	18
Rumus 2.4 Uji Validitas	20
Rumus 2.5 Uji Reliabilitas	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.



UIN SUSKA RIAU

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

LAMPIRAN

	HALAMAN
Kuesioner IFE	A-1
Kuesioner EFE	B-1
Kuesioner QSPM	C-1
Rekapitulasi Kuesioner EFE dan IFE	D-1
Biografi Penulis.....	E-1

DAFTAR LAMPIRAN

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 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.

BAB I PENDAHULUAN



UIN SUSKA RIAU

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tiap perusahaan memiliki tujuan untuk dapat tetap berkembang. Tujuan tersebut dapat tercapai melalui usaha dalam mempertahankan serta meningkatkan tingkat keuntungan ataupun laba perusahaan. Usaha ini dapat dilakukan, apabila perusahaan dapat mempertahankan serta meningkatkan penjualan. Perusahaan harus melakukan strategi yang mantap untuk dapat menggunakan peluang yang ada dalam pemasaran, sehingga kedudukan perusahaan di pasar dapat dipertahankan serta ditingkatkan.

Usaha Mie Riau ini merupakan usaha yang bergerak dibidang penjualan serta memproduksi mie yang berbahan baku tepung terigu. Usaha Mie Riau ini beralamatkan di kota duri dengan pemiliknya yang bernama Bapak Nurdin. Dalam pembuatan mie riau ini terbagi dalam beberapa proses, dimana setiap proses menggunakan mesin seperti mesin pengaduk adonan tepung, mesin penggilingan, dan mesin pencetak mie.

Berikut ini adalah data penjualan di UMKM Mie Riau dari bulan Januari-Desember 2023.

Tabel 1.1 Data Penjualan

No	Bulan	Penjualan (Kg)	Target(Kg)
1.	Januari	4.243	5000
2.	Februari	3.897	5000
3.	Maret	5.525	5000
4.	April	5.550	5000
5.	Mei	4.456	5000
6.	Juni	3.648	5000
7.	Juli	3.500	5000
8.	Agustus	3.375	5000
9.	September	3.486	5000
10.	October	3.244	5000
11.	November	2.565	5000
12.	Desember	2.890	5000

(Sumber: UMKM Mie Riau, 2024)

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.

Pada tabel 1.1 diatas menunjukkan bahwa data hasil penjualan bulan maret dan april mengalami kenaikan dari target penjualan. Sedangkan hasil penjualan dibulan mei hingga desember semakin menurun dan tidak mencapai target yang ditetapkan sebelumnya. Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan di UMKM Mie Riau terdapat beberapa masalah. Permasalahan yang dihadapi adalah tingkat penjualan yang tidak konsisten, dan kemunculan para pesaing lain yang menjual produk jenis yang sama, yang akan mempengaruhi pendapatan sehingga akan mengalami penurunan. Dengan adanya masalah tersebut untuk memperbaiki maka perlu dilakukan strategi-strategi yang dilakukan agar produk mie dapat dipasarkan secara luas. Diperlukannya strategi yang tepat agar usaha dapat terus menghadapi persaingan dan mempertahankan keberlangsungan usahanya sehingga dapat memaksimalkan pendapatan.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah unit usaha mandiri dan produktif yang dijalankan oleh perseorangan atau usaha di semua sektor ekonomi. UMKM terdapat tiga jenis kelas yang berdasarkan jumlah tenaga kerjanya menurut Badan Pusat Statistik (BPS) untuk kelas mikro <5 karyawan, kelas kecil sebanyak 5-19 karyawan, dan kelas menengah sebanyak 20-99 karyawan (Rahayu dan Mukti, 2022)

Berikut ini merupakan data SDM dari pekerja di UMKM Mie Riau.

Tabel 1.2 Data SDM

No.	Nama	Kualifikasi Kerja	Gaji
1	Edi	Admin Produksi	Rp. 2.500.000
2	Zul	Operator Produksi	Rp. 2.100.000
3	Ibnu	Operator Produksi	Rp. 2.100.000

(Sumber: UMKM Mie Riau, 2024)

Usaha Kecil juga memerlukan strategi yang tepat untuk bisa berkembang, yang mana nantinya usaha tersebut akan bersaing. Maka dari itu, diperlukan perencanaan strategi yang kreatif dengan memperhatikan lingkungan usaha secara internal maupun eksternal. Dengan menggunakan metode SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*), dapat membantu penyusunan strategi perusahaan dalam mencapai target perusahaan(Luthfiyah, dkk., 2021).

Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) merupakan alat yang memungkinkan penyusunan strategi untuk mengvaluasi strategi alternatif secara

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.

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

objektif berdasarkan faktor kunci internal dan eksternal yang telah diidentifikasi sebelumnya. QSPM ini untuk menentukan strategi terbaik yang akan dipilih dari berbagai alternatif strategi lainnya (Panggabean, 2022).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penelitian yang dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut : “ Bagaimana analisa strategi pengembangan usaha mie riau dengan menggunakan metode SWOT dan *Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)*”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisa faktor yang berpengaruh pada pengembangan usaha Mie Riau milik Pak Nurdin
2. Untuk merancang strategi alternatif pengembangan UMKM metode *Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)*

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diinginkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memberikan pengetahuan tentang bagaimana metode analisis SWOT dan QSPM dapat digunakan untuk mengembangkan usaha mie riau.
2. Dapat memberikan manfaat bagi pihak UMKM mie riau sebagai bahan masukan yang berguna untuk mengetahui faktor-faktor yang bisa dijadikan sebagai strategi-strategi pengembangan usaha.
3. Bagi penulis penelitian ini memberikan pengalaman dalam menerapkan teori yang diperoleh diperguruan tinggi kedalam lingkungan industri secara nyata.
4. Memberikan rujukan atau referensi bagi kalangan akademisi untuk keperluan studi.



1.5 © Hak Cipta milik UIN Suska Riau

Batasan Masalah

Dalam sebuah penelitian, diperlukannya ruang lingkup atau batasan yang jelas agar pembahasan yang dilakukan lebih terarah. Adapun Batasan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Data penjualan yang diambil adalah data produk mie di UMKM Mie Riau pada tahun 2023
2. Penulis memfokuskan pembahasan pada strategi-strategi untuk mengembangkan usaha Mie Riau

1.6 Posisi Penelitian

Penelitian ini mengenai strategi pengembangan usaha dengan menggunakan metode SWOT dan QSPM sudah pernah dilakukan sebelumnya oleh beberapa peneliti. Agar dalam penelitian ini tidak terjadi penyimpangan maka diperlukan posisi penelitian. Berikut ini adalah tabel posisi pada penelitian ini :

1.3 Posisi Penelitian

No	Judul dan Penulis	Permasalahan	Metode	Hasil
1	Strategi Pengembangan minuman arak bali menggunakan model analisis SWOT dan QSPM studi kasus desa tri eka buana karangasem bali (Pranatayana dan Arcana, 2021). mencantumkan dan menyebutkan sumber: penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, pen	Melakukan evaluasi dan menawarkan strategi terhadap keberadaan minuman tradisional beralkohol	SWOT dan QSPM	Hasil analisis SWOT menyatakan bahwa peluang dan kekuatan untuk pengembangan arak tersebut lebih besar daripada ancaman dan kelemahan. hasil analisis QSPM dapat disimpulkan bahwa selain merencanakan pembangunan agrowisata dan museum arak, penting untuk dilakukan.
2	Perbaikan strategi pengembangan perusahaan dengan menggunakan metode QSPM (Nurairin dan Orgianus, 2022)	Pemasukan perusahaan dari tahun 2017 hingga 2021 mengalami penurunan pendapatan penjualan secara berturut-turut.	SWOT dan QSPM	Hasil QSPM adalah memperluas pangsa pasar yang mana nilai ini didapat dari perkalian antara rata - rata bobot dengan nilai attractiveness score (AS)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian dan kerja ilmiah.
 - 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.

1.3 Posisi Penelitian (Lanjutan)

No	Judul dan Penulis	Permasalahan	Metode	Hasil	
1.	Strategi pengembangan UMKM berbasis potensi daerah melalui Keunggulan bersaing menggunakan metode SWOT dan QSPM (Narto dan Basuki, 2022)	adanya pembatasan pergerakan dan mobilitas seluruh sector mengakibatkan turunnya tingkat pendapatan UMKM.	SWOT dan QSPM	Berdasarkan teknik QSPM diperoleh strategi prioritas yang digunakan dalam pengembangan UMKM yaitu strategi Meningkatkan penjualan dengan memperluas segmentasi pasar melalui digitalisasi marketing	
2.	a. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini b. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, menyebutkan sumber: b. Pengutipan tidak merugikan dan memperbaik sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.	Analisis Kelayakan Pengembangan Usaha Depot Air Minum Isi Ulang Tirta Vit (Putra dan Kurniawanto, 2024)	Permasalahan terkait apakah rencana pengembangan usaha yang akan dilakukan dapat memberikan kelayakan bagi perkembangan usaha kedepannya.	SWOT	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada Aspek Pasar Depot Air Tirta Vit mempunyai Strengths, Weaknesses, Opportunities dan Threats yang telah dianalisa dan berada pada kuadran I (Growth) yang mengartikan bahwa kondisi usaha dalam keadaan tumbuh dan membangun
3.	Strategi Pengembangan Bisnis dalam upaya peningkatan penjualan produk Heo Lubricant di PT. Bina Pertiwi dengan Analisis SWOT dan QSPM (Syahrial, 2022)	Tingkat penjualan mengalami penurunan dari tahun 2018 hingga tahun 2020.	SWOT dan QSPM	Strategi alternatif yang diprioritaskan menggunakan metode QSPM yaitu dengan melakukan berbagai program dan menambah jumlah SDM yang menaungi produk HEO Lubricant dengan memperluas pangsa pasar di industry pertambangan batu bara.	
4.	Perancangan strategi pengembangan usaha dengan menggunakan analisis SWOT dan QSPM (Studi Kasus CV ratinas) (Taufikurrahman, 2024)	Penjualan tiap bulannya tidak konsisten	SWOT dan QSPM	Strategi alternatif yang tepat dalam meningkatkan hasil produksi dengan meningkatkan kemitraan antar pemerintah daerah, menetapkan harga bahan baku, dan meningkatkan strategi manajemen.	
5.	Analisis strategi pengembangan usaha pengolahan sabut kelapa menjadi cocofiber menggunakan metode SWOT dan QSPM (Studi kasus PT Maligai Citra Kelapa Sungai Tunu) (Rahmadani, 2022)	Hasil produksi dari tahun 2019 ke tahun 2020 mengalami penurunan dan mengalami kerugian	SWOT dan QSPM	Strategi alternatif yang diprioritaskan yaitu pembentukan kelompok tani (pemasok) dalam mengoptimalkan limbah sabut kelapa sebagai bahan baku cocofiber	

b. Pengutipan tidak merugikan dan memperbaik sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

1.7 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika yang terdapat dalam penulisan laporan penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang dilakukannya penelitian ini dan juga terdapat rumusan masalah, tujuan, manfaat, batasan masalah dilaksanakan penelitian serta sistematika penulisan laporan penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisikan teori yang mendukung dalam proses pengolahan data dan menjabarkan konsep yang digunakan pada penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisikan tentang metodologi praktikum yang mencangkup langkah-langkah yang dilakukan. Langkah-langkah tersebut dijabarkan kedalam flow chart dan akan menjadi panutan dalam pengolahan data.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bab pengumpulan dan pengolahan data berisikan data informasi yang telah dikumpulkan yang kemudian dilakukan pengolahan data sesuai dengan konsep atau teori yang digunakan serta berdasarkan metodologi yang telah ditetapkan.

BAB V ANALISA

Pada bab ini berisikan tentang analisa hasil dari perhitungan pada pengolahan data serta dijelaskan maksud dan tujuan pengolahan data tersebut dihasilkan.

BAB VI PENUTUP

Pada bab ini berisikan tentang kesimpulan yang dapat diambil dari pelaksanaan penelitian. Pada bagian ini merupakan jawaban akhir tujuan dari penelitian dan juga terdapat saran dari penulis untuk pelaksanaan penelitian selanjutnya.

© Hak Cipta milik 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.

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



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.

BAB II

LANDASAN TEORI



UIN SUSKA RIAU

BAB II

LANDASAN TEORI

Mie

Mie merupakan jenis makanan olahan dari tepung yang cukup banyak digemari masyarakat indonesia, karena penyajiannya yang praktis, cepat, dan sering dijadikan sebagai bahan pangan pengganti makanan pokok. Hal ini dikarenakan mie memiliki kandungan gizi yang hampir setara dengan kandungan gizi pada nasi, khususnya pada kandungan karbohidrat yang digunakan untuk menunjang kebutuhan energi sehari-hari, sehingga konsumsi mie dirasa cukup mengenyangkan seperti saat mengkonsumsi nasi (Fitri dan Siregar, 2024).

Mie ini terbagi menjadi dua yaitu mie kering dan mie basah. Mie kering adalah mie mentah yang langsung dikeringkan yang memiliki kadar air 10%. Mie basah adalah mie mentah yang yang terbuat dari tepung terigu yang sebelum dipasarkan mengalami proses perebusan dalam air mendidih, dengan kadar air sekitar 35% dan setelah direbus kadar airnya meningkat menjadi 52% sehingga daya tahab simpannya relatif singkat yaitu 4-7 jam dalam suhu kamar. Mie basah merupakan adaonan tipis dan panjang yang telah digiling, dicetak, dan dimasak dalam air mendidih (Fitri dan Siregar, 2024).

Strategi

Kata strategi berasal dari bahasa latin yaitu *strategia*, yang berarti seni penggunaan rencana untuk mencapai tujuan. Secara umum strategi diartikan sebagai alat, rencana, atau metode yang digunakan untuk menyelesaikan tugas. Sedangkan dalam bahasan yunani, kata strategi berasal dari kata *strategos* merupakan gabungan dari *stratus* atau tentara dan *egos* atau pemimpin. Suatu strategi mempunyai dasar atau skema untuk mencapai sasaran yang dituju. Jadi pada dasarnya strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan. Menurut Chandler (1992), strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang program tidak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya (Isnaini, dkk., 2023).

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.

2.3 Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan utama yang perlu dilakukan oleh perusahaan barang maupun jasa untuk menjaga kelangsungan usahanya. Hal ini dikarenakan pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan yang berhubungan langsung dengan konsumen. Oleh karena itu, kegiatan pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang berhubungan dengan pasar. Menurut Stanton (2001), pemasaran adalah keseluruhan sistem operasi perusahaan yang difokuskan pada perencanaan, penetapan harga, periklanan, dan pendistribusian jasa atau produk yang memenuhi permintaan pelanggan, baik pembeli sekarang maupun calon pembeli (Rambe dan Aslami, 2021).

Strategi pemasaran adalah membuat keputusan tentang biaya pemasaran, anggaran pemasaran, dengan mempertimbangkan kondisi lingkungan dan persaingan yang diantisipasi. Sukses atau tidaknya perkembangan suatu perusahaan tergantung pada bagaimana perusahaan memutuskan strategi pengembangan yang diterapkannya, tetapi juga bergantung pada analisis dan pengamatan yang tepat terhadap faktor-faktor yang dapat mempengaruhi strategi pemasaran perusahaan. Perusahaan perlu mengetahui kelemahan serta kekuatan mereka untuk mempersiapkan persaingan, yang akan membantu mereka untuk mengenal perusahaan lebih baik dan memanfaatkan setiap peluang (Rambe dan Aslami, 2021).

2.3.1 Konsep Strategi Pemasaran

Setiap perusahaan mempunyai strategi untuk mendukung aktivitas perusahaan dimana strategi harus sesuai dengan keadaan dan kondisi masyarakat. Strategi adalah suatu program yang mendukung untuk mencapai suatu tujuan perusahaan. Menurut Assauri (2013) strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran dari waktu kewaktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah. Dan menurut Kurtz (2008) strategi pemasaran adalah keseluruhan program perusahaan dalam

menentukan target pasar dan memuaskan konsumen dengan membangun kombinasi elemen dari marketing *mix*, produk, distribusi, promosi, dan harga (Hulu, dkk., 2021).

2.1 Bauran Pemasaran (Marketing Mix)

Menurut Sofjan Assauri (2011) bauran pemasaran adalah campuran dari sebuah aktivitas yang terdiri dari sistem marketing dan dikendalikan perusahaan untuk mempengaruhi respon pembeli dan konsumen. Marketing bauran pemasaran juga disebut dengan 4P (Produk, harga, promosi, dan lokasi) dalam strategi pemasaran, yang bisa digunakan oleh produsen. Dalam hal mempengaruhi konsumen, strategi ini mampu untuk saling mempengaruhi satu sama lain, sehingga dimana semuanya sangat penting dan sangat berkaitan antara satu sama lain. Meskipun bauran pemasaran termasuk dalam strategi marketing, sehingga dapat dijadikan pedoman untuk dapat dipakai unsur-unsur bauran marketing adalah sebagai berikut (Ramadhan, dkk., 2022) :

1. Strategi Produk

Strategi produk merupakan salah satu cara yang dapat menentukan bagaimana cara untuk memproses dari awal hingga akhir dengan tepat sesuai dengan target pasar yang dituju, sehingga mampu memenuhi kebutuhan pasar konsumen. Dan juga untuk meningkatkan pendapatan perusahaan dalam jangka yang cukup panjang, dimana melalui perusahaan akan meningkatkan produk yang begitu berkualitas sehingga mampu meningkatkan pangsa market.

2. Strategi Tempat

Strategi tempat merupakan salah satu strategi yang sangat penting dalam mencapai tujuan perusahaan, sehingga dalam menentukan tempat maka perusahaan harus melihat apakah tempat yang dipilih cocok untuk melakukan produksi dan sebagai tempat penyaluran sampai ke konsumen. Dan harus dipastikan bahwa tempat yang dipilih dengan tempat pemilihan bahan baku sehingga ini mampu meminimalisir pengeluaran yang besar oleh perusahaan dan tempat juga harus bisa dijangkau oleh konsumen.



UIN SUSKA RIAU

3. Strategi Promosi

Strategi promosi merupakan salah satu strategi yang digunakan oleh perusahaan dalam mempengaruhi konsumen dalam membeli produk yang dihasilkan dengan cara memberikan promosi yang menarik sehingga konsumen untuk membeli produk yang dihasilkan dan konsumen tahu bahwa perusahaan tersebut menghasilkan produk yang mampu menarik konsumen untuk membeli barang tersebut.

4. Strategi Harga

Strategi harga merupakan salah satu strategi yang paling penting dalam menentukan harga untuk jual produk dan dari harga jual produk ini memiliki keuntungan yang diperoleh. Hal ini digunakan untuk meminimalisir pengeluaran dan memaksimalkan pendapatan. Sehingga perusahaan tetap memperoleh keuntungan agar perusahaan tetap memproduksi.

2.5 Manajemen Strategi

Manajemen strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan material yang menentukan kinerja perusahaan dalam jangka panjang yang bersifat mendasar dan menyeluruh, disertai penetapan cara melaksanakannya, yang dibuat oleh pimpinan dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran didalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan. Proses manajemen strategi meliputi pengamatan lingkungan internal dan eksternal, perumusan strategi (perencanaan strategi dan perencanaan jangka panjang), implementasi strategi, dan evaluasi serta pengendalian. Berikut adalah uraian proses manajemen strategi perusahaan (Jamaludin, dkk., 2023) :

1. Perumusan strategi (*strategy formulation*)

Manajemen strategi berpusat pada penetapan fondasi dan arah bisnis. Pimpinan merumuskan strategi seperti pengembangan visi dan misi, analisis SWOT (kelebihan, kekurangan, peluang, dan ancaman), merumuskan tujuan jangka panjang, menciptakan alternatif strategi, dan memilih strategi yang akan digunakan oleh perusahaan. Strategi yang dirumuskan tidak berputar pada fondasi, tetapi juga rencana yang dilakukan saat menjalankan bisnis.

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.

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

2. Implementasi strategi (*strategy implementation*)

Berikutnya pimpinan dan anggota perusahaan melakukan penerapan strategi yang telah dirumuskan. Tahap ini membutuhkan keputusan untuk menetapkan tujuan tahunan, menciptakan kebijakan, motivasi karyawan, serta mengalokasikan sumber daya. Seluruh keputusan tersebut membantu implementasi strategi agar berjalan lancar. Langkah yang dilakukan berputar pada mempersiapkan anggaran, pengembangan sumber daya, peningkatan strategi dan sebagainya. Keberhasilan atau kegagalan implementasi dipengaruhi oleh kompetensi pemimpin dalam memotivasi karyawannya.

3. Evaluasi strategi (*strategy evaluation*)

Seluruh penerapan strategi akan dinilai di tahap akhir ini. Evaluasi menjadi alat bantu pimpinan mengenai keberhasilan atau kegagalan implementasi yang telah dilakukan. Ada tiga proses dalam tahap ini yakni melakukan review faktor internal dan eksternal sebagai dasar strategi, mengukur prestasi atau capaian, serta mengambil tindakan untuk perbaikan pada masa datang.

Manajemen strategi terdiri dari atas sembilan langkah atau tugas penting yaitu sebagai berikut (Suharyani dan Djumarno, 2023) :

1. Merumuskan misi perusahaan, termasuk pernyataan yang luas mengenai maksud, filosofis, dan sasaran perusahaan
2. Melakukan suatu analisis yang mencerminkan kondisi dan kapabilitas internal perusahaan
3. Menilai lingkungan eksternal perusahaan, termasuk faktor persaingan dan faktor konsektual umum lainnya
4. Menganalisis pilihan-pilihan yang dimiliki oleh perusahaan-perusahaan dengan cara menyesuaikan sumber dayanya dengan lingkungan eksternal
5. Mengidentifikasi pilihan-pilihan yang dimiliki oleh perusahaan-perusahaan dengan cara menyesuaikan sumber dayanya dengan lingkungan eksternal
6. Memilih satu set tujuan tahunan dan strategi utama yang akan menghasilkan pilihan paling menguntungkan

- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
7. Mengembangkan tujuan tahunan dan strategi jangka pendek yang sesuai dengan tujuan jangka panjang dan strategi utama yang telah ditentukan
 8. Mengimplementasikan strategi yang telah dipilih melalui alokasi sumber daya yang dianggarkan, dimana penyesuaian antara tugas kerja, manusia, struktur, teknologi dan sistem penghargaan ditekankan
 9. Mengevaluasi keberhasilan proses strategi sebagai masukan pengambilan keputusan diamasa datang

2.6 Perencanaan Strategi

Perencanaan adalah proses yang sedang berlangsung yang menyediakan kerangka kerja yang menentukan atau memutuskan bagian-bagian dari pelaksanaan. Strategi adalah suatu pola pendayagunaan dan alokasi sumber daya dalam sebuah organisasi dan serangkaian usaha yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan tersebut. Jadi perencanaan strategi adalah proses untuk memformulasikan strategi bagi suatu perusahaan yang meliputi perumusan kegunaan dan pengelolaannya. Perancanaan strategis membantu organisasi untuk mencapai misi, tujuan, dan meningkatkan kinerjanya secara efisien dan efektif. Meskipun dalam proses perancanaan strategi memberikan ide-ide baru, energi dan kerja tim yang dapat meningkatkan akuntabilitas organisasi, arah dan visi. Perencanaan strategi juga memberikan peluang untuk berorganisasi karyawan dalam mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien (Suharyani dan Djumarno, 2023).

Proses perencanaan strategis mirip dengan menggunakan analisa SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity and Treats*) pada bisnis atau sebuah organisasi. Namun ada beberapa poin perbedaan dalam menetapkan perencanaan strategis. Berikut adalah lima langkah perencanaan strategis (Suharyani dan Djumarno, 2023) :

1. Penentuan Misi dan Tujuan

Perencanaan strategis dimulai dengan penentuan misi untuk organisasi. Tujuan utama organisasi yang telah ditetapkan harus didefinisikan dengan jelas. Perencanaan strategis berkaitan dengan hubungan jangka panjang

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.

organisasi dengan lingkungan eksternalnya. Jadi misi bisnis harus cermat dalam memperkirakan dampak sosial organisasi dan eksternal

2. Analisis Lingkungan

Untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman, analisa lingkungan eksternal organisasi perlu dilakukan. Catat faktor penting yang mungkin memengaruhi kegiatan organisasi kedepannya.

3. Penilaian Diri Sendiri

Langkah berikutnya, kekuatan dan kelemahan organisasi perlu dianalisa. Analisa ini akan memungkinkan perusahaan untuk memanfaatkan kekuatannya dan untuk meminimalkan kelebihannya. Perusahaan dapat memanfaatkan peluang eksternal dengan berkonsentrasi pada kapasitas internalnya. Dengan menyesuaikan kekuatannya dengan peluang, perusahaan dapat menghadapi persaingan dan mencapai pertumbuhan

4. Pengambilan Keputusan Strategis

Keputusan strategis kemudian dibuat dan dievaluasi. Keputusan strategis dibuat untuk mengimprovisasi kinerja operasional. Organisasi harus memilih pilihan yang paling sesuai dengan kemampuannya. Pilihan strategi tergantung pada lingkungan eksternal, persepsi manajerial, sikap manajer terhadap risiko, strategi masa lalu dan kekuatan manajerial juga efisiensi

5. Implementasi dan Pengendalian Strategi

Setelah strategi ditentukan, strategi itu harus diterjemahkan kedalam rencana operasional. Program dan anggaran dikembangkan untuk setiap fungsi. Rencana operasional pendek disiapkan untuk menggunakan sumber daya secara efisien. Kontrol harus dikembangkan untuk mengevaluasi kinerja sebagai strategis yang mulai digunakan.

2.6.1 Manfaat Perencanaan Strategis

Perencanaan strategis merupakan bagian penting dalam mendukung suatu organisasi. Secara umum manfaat perencanaan strategis dapat dirumuskan sebagai berikut (Suharyani dan Djumarno, 2023) :

1. Sebagai alat bagi pimpinan dan seluruh jajaran

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.

- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
2. Organisasi untuk membangun arah dan tujuan organisasi dalam jangka panjang
 3. Mendorong sistem kerja yang efektif dan efisien dengan membangun acuan kerja yang jelas melalui sistem prioritas dan tahapan-tahapan kerja
 4. Menciptakan rasa tanggung jawab dan mendorong komitmen dari seluruh anggota organisasi pada semua tingkatan
 5. Senantiasa mendorong organisasi untuk berorientasi kepada hasil yang harus diraih di masa depan, agar eksistensi organisasi tetap terpelihara melalui strategi yang rasional dan logis
 6. Menjadi alat komunikasi dan koordinasi kerja yang efektif untuk senantiasa mengarah pada tujuan yang sama
 7. Mengembangkan sifat fleksibilitas dengan senantiasa melihat dan menganalisis berbagai perkembangan dalam lingkungan strategis yang dimungkinkan akan mempengaruhi organisasi
 8. Memberikan jaminan konkret, jelas dan logis baik kepada lingkungan internal maupun eksternal dalam kaitannya dengan aktivitas organisasi (pelayanan)
 9. Membangun sifat antisipatif dan korektif terhadap berbagai kemungkinan yang akan terjadi sehingga akan mendorong sifat proaktif dalam bergerak

2.7 Wawancara dan Kuesioner

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan interaksi langsung antara peneliti dan partisipan penelitian melalui tanya jawab lisan sepihak dan memiliki tujuan tertentu. Angket atau kuesioner adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data melalui serangkaian pertanyaan yang telah dirancang dengan tujuan mengukur variabel penelitian (Ardiansyah, dkk., 2023).

2.8 Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel adalah dua konsep mendasar yang menjadi inti dalam penarikan kesimpulan yang valid dan dapat digeneralisasi atau memberikan pemahaman yang mendalam. Dalam penelitian, populasi merujuk pada seluruh kelompok atau elemen yang memiliki karakteristik tertentu yang ingin diteliti. Menurut Creswell (2014), populasi merupakan sekolompok individu yang

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.

memiliki karakteristik yang sama, yang menjadi dasar dalam pengumpulan data penelitian. Populasi juga dapat diklasifikasikan berdasarkan jumlah, sifat, dan karakteristiknya (Asrulla, dkk., 2023).

Sedangkan sampel adalah bagian dari populasi atau wakil populasi yang diteliti dan diambil sebagai sumber data serta dapat mewakili seluruh populasi atau sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Tujuan utama dalam pengambilan sampel adalah untuk mengurangi bias (penyimpangan persepsi) dan memastikan bahwa sampel yang dipilih mewakili populasi dengan baik sehingga hasil penelitian dapat diterapkan secara lebih umum dengan tingkat akurasi sesuai dengan yang diharapkan dan dirancang oleh seorang peneliti (Asrulla, dkk., 2023).

2.9 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel merupakan sebuah proses penyeleksian jumlah dari populasi untuk dapat mewakili populasi. Teknik pengambilan sampel adalah berbagai cara yang ditempuh untuk pengambilan sampel agar mendapatkan sampel yang benar-benar sesuai dengan seluruh subjek penelitian tersebut (Rahmi, dkk., 2021).

Teknik pengambilan sampel dibagi menjadi dua, yaitu *probability sampling* dan *nonprobability sampling*. *Probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. *Probability sampling* dibagi menjadi empat macam, yaitu (Amin, dkk., 2023) :

1. *Simple Random Sampling*, dikatakan simple (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.
2. *Proportionate stratified random sampling*, teknik ini digunakan bila populasi mempunyai anggota/unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional

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.

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

3. *Disproportionate stratified random sampling*, teknik ini digunakan untuk menentukan jumlah sampel, bila populasi berstrata tetapi kurang proporsional.

4. *Cluster sampling* (area sampling), teknik pengambilan sampel daerah digunakan untuk menentukan sampel bila obyek yang akan diteliti atau sumber data sangat luas.

Sedangkan *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. *non probability sampling* terdiri dari enam macam, yaitu (Amin, dkk., 2023):

1. Sampling Sistematis yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan urutan dari anggota populasi yang telah diberi nomor urut. Misalnya jumlah populasi 100 orang dan masing-masing diberi nomor urut 1 s/d 100. Sampelnya dapat ditentukan dengan cara memilih orang dengan nomor urut ganjil (1,3,5,7,9,..., dst) atau memilih orang dengan nomor urut genap (2,4,6,8,...,dst).

2. Sampling Kuota yaitu teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah kuota yang diinginkan. Misalnya ingin melakukan penelitian tentang pendapat mahasiswa terhadap layanan kampus. Jumlah sampel yang ditentukan adalah 500 mahasiswa. Kalau pengumpulan data belum mencapai kuota 500 mahasiswa, maka penelitian dipandang belum selesai.

3. *Accidental Sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

4. *Purposive Sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Teknik ini paling cocok digunakan untuk penelitian kualitatif yang tidak melakukan generalisasi. Misalnya penelitian tentang kualitas makanan, maka sampel sumber datanya adalah orang yang ahli makanan atau ahli gizi.

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.

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.

5. Sampling Jenuh yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering digunakan untuk penelitian dengan jumlah sampel dibawah 30 orang, atau untuk penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan tingkat kesalahan yang sedikit atau kecil. Misalnya jika jumlah populasi 20 orang, maka 20 orang tersebutlah yang dijadikan sampel.

6. *Snowball Sampling* yaitu teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar. Misalnya suatu penelitian menggunakan sampel sebanyak 10 orang, tetapi karena peneliti merasa dengan 10 orang sampel ini datanya masih kurang lengkap, maka peneliti mencari orang lain yang dirasa layak dan lebih tahu tentang penelitiannya dan mampu melengkapi datanya

2.10 Ukuran Sampel

Beberapa cara untuk menentukan ukuran sampel adalah (Amin, dkk., 2023) :

1. Rumus Slovin

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} \quad \dots(2.1)$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Populasi

E = Persentase kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan

2. Rumus Lemeshow

Dipakai apabila jumlah populasi tidak diketahui (Malkan dan Pratamasyari, 2023) :

$$n = \frac{Z^2 \times P(1-P)}{d^2} \quad \dots(2.2)$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

Z = Nilai Standart = 1,96

P = Maksimal Estimasi = 50% = 0,5

d = Alpha atau sampling error, bisa 0,01; 0,05; dan 0,10

3. Rumus Cochran

Dalam Rumus Cochran dinilai lebih fleksibel dan konservatif untuk kondisi dimana ukuran populasi tidak diketahui dengan pasti (Subhaktiyasa, 2024) :

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2} \quad \dots(2.3)$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

Z = Nilai tingkat kepercayaan (90% = 1,65; 95% = 1,96; 99% = 2,58)

p = Peluang benar (0,5)

q = Peluang Salah (0,5)

e = Margin of error (maksimal 10%)

4. Rumus Nomogram Harry King

Dalam Nomogram Harry King tersebut, jumlah populasi maksimum 2000, dengan taraf kesalahan yang bervariasi, mulai 0,3% sampai dengan 15%, dan faktor pengali yang disesuaikan dengan taraf kesalahan yang ditentukan. Dalam Nomogram terlihat untuk *confident interval* (interval kepercayaan) 80% faktor pengalinya = 0,780, untuk 85% faktor pengalinya = 0,785; untuk 95% faktor pengalinya = 1,195 dan untuk 99% faktor pengalinya 1,573

5. Rumus Krejcie

Krejcie dalam melakukan perhitungan ukuran sampel didasarkan atas kesalahan 5%. Jadi sampel yang diperoleh mempunyai kepercayaan 95% terhadap populasi

Saran-saran tentang ukuran sampel penelitian sebagai berikut (Amin, dkk., 2023) :

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
2. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeriswasta, dan lain-lain), maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
3. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariat (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali

dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel = $10 \times 5 = 50$.

4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masingmasing antara 10 sampai dengan 20.

2.11 Skala Pengukuran

Skala pengukuran adalah sebuah acuan yang digunakan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam satuan alat ukur. Skala pengukuran dibagi menjadi empat, yaitu sebagai berikut (Asmita dan Fitriani, 2022) :

1. Skala Nominal

Skala nominal merupakan skala pengukuran paling sederhana atau tingkatannya paling rendah di dalam suatu penelitian. Skala ini hanya digunakan untuk memberikan kategori saja.

2. Skala Ordinal

Skala ordinal merupakan skala pengukuran yang sudah menyatakan peringkat antar tingkatan. Jarak atau interval antar tingkatan juga tidak harus sama. Skala ordinal ini memiliki tingkatan yang lebih tinggi daripada skala nominal, karena skala ini tidak hanya menunjukkan kategori saja tetapi juga menunjukkan peringkat.

3. Skala Interval

Skala interval merupakan skala pengukuran yang biasa digunakan untuk menyatakan peringkat untuk antar tingkatan. Jarak atau interval antar tingkatan sudah jelas, hanya saja tidak memiliki nilai 0 (nol) mutlak. Skala interval memiliki besaran dan interval yang sama

4. Skala Rasio

Adalah skala pengukuran yang canggih dah tepat. Skala rasio memiliki besaran, interval yang sama, dan nol mutlak. Skala rasio merupakan tingkatan skala paling tinggi dan paling lengkap dibanding skala-skala lainnya. Jarak atau interval antar tingkatan sudah jelas, dan memiliki nilai 0 (nol) yang

mutlak. Nilai nol mutlak berarti benar-benar menyatakan tidak ada. Contoh skala rasio termasuk waktu dan tinggi.

2.12 Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk mengukur tingkat keefektifan suatu alat ukur atau media ukur untuk memperoleh data. Biasanya untuk mengukur seberapa efektif suatu kuesioner untuk memperoleh data, lebih tepat untuk pertanyaan-pertanyaan yang diajukan di kuesioner. Uji validitas uji yang berfungsi untuk melihat apakah suatu alat ukur tersebut valid (sahih) atau tidak valid. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan tersebut pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner. Adapun kriteria penilaian uji validitas ialah, Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka dapat dikatakan kuesioner tersebut valid atau sahih, Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka dapat dikatakan kuesioner tidak valid atau sahih (Janna, 2021).

$$r = \frac{n(\sum xi yi) - (\sum xi)(\sum yi)}{\sqrt{(n(\sum x_i^2) - (\sum xi)^2)(n(\sum y_i^2) - (\sum yi)^2)}} \quad \dots(2.4)$$

Keterangan :

r = Koefisien Korelasi

n = Jumlah Responden

$\sum xi yi$ = Jumlah perkalian variabel x dan y

$\sum xi$ = Jumlah nilai variabel x

$\sum yi$ = Jumlah nilai variabel y

$\sum x_i^2$ = Jumlah pangkat dua nilai variabel x

$\sum y_i^2$ = Jumlah pangkat dua nilai variabel y

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen dikatakan valid, jika $r_{hitung} > 0,3$ maka instrumen dikatakan valid (Usman dan Gustalika, 2022)

2.13 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sehauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Sehingga uji reliabilitas dapat digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur tetap

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.

konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Alat ukur dikatakan reliabel jika menghasilkan hasil yang sama meskipun dilakukan pengukuran berkali-kali (Janna, 2021).

$$r = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right] \quad \dots(2.5)$$

Keterangan :

r = Koefisien reliabilitas instrument (total tes)

k = Jumlah butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

σ_t^2 = Varian Skor total

2.14 Formulasi Strategis

Formula strategi termasuk mengembangkan visi dan misi, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal organisasi, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan tujuan jangka panjang, menghasilkan strategi alternatif, dan memilih strategi tertentu untuk dikerjakan. Formula strategi ini memiliki tiga tahapan yaitu *input stage* terdapat analisis matrik IFE, EFE, dan CPM, kedua *matching stage* terdapat analisis SWOT, SPACE, BCG, IE, dan *Grand Strategy*, ketiga *Decision Stage* terdapat analisis QSPM (Wicaksono dan Anggoro, 2021).

Tabel 2.1 Kerangka Formulasi Strategis

1. TAHAP PENGUMPULAN DATA				
Matriks <i>Eksternal Factor Evaluation</i> (EFE)	Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE)	Competitive Profile Matrix (CPM)		
2. TAHAP PENCOCOKAN				
Matriks SWOT	Matriks <i>Strategic Position and Action Evaluation</i> (SPACE)	Matriks <i>Boston Consulting Group</i> (BCG)	Matriks <i>Eksternal-Internal</i> (IE)	Matriks <i>Grand Strategy</i>
3. TAHAP KEPUTUSAN				
<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM)				

(Sumber : Astutik, dkk., 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.

2.14.1 IFE (*Internal Factor Evaluation*)

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 faktor-faktor internal dan eksternal berdasarkan tingkat kepentingannya. Menurut David (2009) menyatakan bahwa IFE digunakan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan. IFE digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal perusahaan (Astuti dan Ratnawati, 2020).

Tabel 2.2 Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Faktor internal	Rating	Bobot	Skor
Kekuatan :			
Total			
Kelemahan :			
Total			

(Sumber : Akbar, dkk., 2022)

2.14.2 EFE (*Eksternal Factor Evaluation*)

Matriks EFE merupakan alat perumusan strategi untuk yang digunakan mengevaluasi peluang dan ancaman sebuah bisnis. Matriks EFE dipengaruhi oleh lingkungan eksternal yaitu faktor peluang dan ancaman. Analisis ini berfokus pada mengevaluasi kondisi diluar kendali perusahaan. Tujuan analisis eksternal adalah untuk mengembangkan daftar peluang yang dapat menguntungkan perusahaan serta mengidentifikasi ancaman yang harus dihindari perusahaan (Prati, dkk., 2023).

Tabel 2.3 Matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*)

Faktor eksternal	Rating	Bobot	Skor
Peluang :			
Total			
Ancaman :			
Total			

(Sumber : Akbar, dkk., 2022)

2.14.3 Matriks IE (*Internal – Eksternal*)

Matriks IE digunakan untuk merumuskan strategi dengan melihat posisi perusahaan dalam matriks. Matriks ini menggunakan skor total pembobotan IFE sebagai sumbu X dan nilai total pembobotan EFE sebagai sumbu Y. Gabungan kedua matriks ini menghasilkan matriks internal dan eksternal yang berisi sembilan sel dengan ketentuan sebagai berikut (Qanita, 2020):

1. Sel I, II, IV menggambarkan keadaan perusahaan sebagai pertumbuhan dan perkembangan. Strategi yang cocok adalah strategi intensif termasuk penetrasi pasar, pengembangan pasar, pengembangan produk, atau strategi integrasi yang mencakup integrasi ke depan, integrasi ke belakang, dan integrasi horizontal.
2. Sel III, V, dan VII digambarkan sebagai menjaga dan memelihara keadaan perusahaan. Strategi yang umum digunakan adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk.
3. Sel VI, VIII, dan IX dapat menggunakan strategi harvest dan divestiture atau strategi panen dan divestasi. Strategi yang dapat dilakukan adalah strategi divestasi, diversifikasi konglomerat dan likuidasi.

Berdasarkan posisi perusahaan di dalam sel tersebut, dapat menentukan bagaimana mengembangkan strategi alternatif yang tepat. Hasil dari matriks ini dapat digunakan sebagai acuan dalam merumuskan strategi pada matriks SWOT dengan menggabungkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang berkaitan.

2.15 Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*)

Analisis SWOT adalah alat yang digunakan untuk perencanaan strategis dan manajemen strategis dalam sebuah organisasi. Analisis SWOT dapat digunakan secara efektif untuk membangun strategi organisasi dan strategi bersaing. Analisis SWOT dilakukan dengan cara mengidentifikasi *Strength* (kekuatan), *weakness* (kelemahan), *opportunities* (peluang), dan *threats* (ancaman) yang dimiliki oleh perusahaan. Analisis SWOT bertujuan untuk menganalisis dan mengevaluasi secara sistematis untuk menentukan perencanaan

strategi perusahaan. Analisis SWOT selain dapat digunakan dalam menentukan strategi jangka panjang perusahaan juga membantu dalam melakukan pemetaan suatu model bisnis (Putri, dkk., 2023).

2.15.1 Komponen-komponen Analisis SWOT

Metode SWOT digunakan dalam mengambil keputusan untuk menentukan strategi perusahaan yang akan digunakan berdasarkan kekuatan serta peluang yang dimiliki perusahaan secara efektif dan efisien. Analisis SWOT merupakan sistem sistematis yang menganalisi setiap peluang, ancaman, kekuatan, dan kelemahan (Akbar, dkk., 2022).

Berikut penjelasan dari keempat elemen SWOT (Djufri dan Lukman, 2020) :

1. *Strength* (kekuatan)

Kekuatan adalah faktor pendorong dari dalam organisasi antara lain sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulanlain yang berhubungan dengan para pesaing dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan.

2. *Weakness* (kelemahan)

Kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan perusahaan pada sumber daya, keterampilan, dan kapabilitas yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan. Keterbatasan tersebut dapat berupa fasilitas, sumber daya keuangan, kemampuan manajemen dan keterampilan pemasaran yang menjadi sumber kelemahan perusahaan

3. *Opportunities* (peluang)

Peluang adalah situasi yang memberi keuntungan bagi perusahaan. Faktor pendukung ini biasanya berasal dari luar perusahaan seperti perubahan teknologi dan meningkatnya hubungan antara perusahaan dengan pembeli atau pemasok

4. *Threats* (ancaman)

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.

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.

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

Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan bagi lingkungan perusahaan. Ancaman juga merupakan faktor penghambat atau hal-hal yang dapat mengancam stabilitas perusahaan.

Tabel 2.4 Matriks SWOT

© Hak cipta dilindungi undang-undang State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau	IFE	Strengths (S)	Weakness (W)
Opportunities (O)	Strategis SO	Strategi WO	
Threats (T)	Strategi ST	Strageti WT	

(Sumber : Akbar dkk., 2022)

Analisis SWOT dianggap memiliki banyak manfaat dan kelebihan dibanding metode analisis lain. Manfaat menggunakan analisis SWOT adalah (Qanita, 2020) :

1. Membantu melihat persoalan dari empat sisi sekaligus yaitu kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.
2. Memberikan hasil analisis yang cukup tajam sehingga dapat memberikan arahan atau rekomendasi untuk mempertahankan kekuatan dan meningkatkan keuntungan dengan memanfaatkan peluang serta mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman.
3. Membantu membedah organisasi atau perusahaan dari empat sisi yang menjadi dasar proses identifikasi sehingga dapat menemukan sisi yang kadang terlupakan.
4. Menjadi instrumen yang cukup ampuh dalam melakukan analisis strategi sehingga dapat menemukan langkah terbaik yang sesuai dengan kondisi yang dihadapi.

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.

Matriks analisis SWOT menghasilkan empat elemen strategi dengan mengkombinasikan keempat faktor yang dianalisis. Elemen tersebut terdiri dari *Strength-Opportunity* (SO) adalah strategi untuk memaksimalkan kekuatan internal perusahaan dan memanfaatkan peluang kompetitif yang ada. Kedua, *Weakness-Opportunity* (WO) adalah strategi menggunakan peluang untuk mengurangi kelemahan. Ketiga, *Strength-Threats* (ST) adalah strategi untuk mengurangi atau meminimalkan ancaman eksternal dengan memaksimalkan kekuatan mereka. Keempat, *Weakness-Threats* (WT) merupakan strategi pertahanan dengan mengurangi kelemahan dan ancaman eksternal yang harus dihindari oleh perusahaan (Qanita, 2020).

2.16 Analisis QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*)

Matriks QSPM atau *Quantitative Strategic Planning Matrix* merupakan sebuah matriks yang digunakan untuk menganalisis berbagai alternatif strategi yang tersedia untuk mendapatkan strategi prioritas. Strategi alternatif yang dianalisis pada tahap ini adalah strategi yang sudah dihasilkan dalam perumusan melalui analisis sebelumnya dengan memadukan faktor internal, dan eksternal. Dengan matriks QSPM, manajemen dapat mengurutkan berbagai strategi yang ada untuk membentuk skala prioritas dalam penerapan strategi (Qanita, 2020).

Perhitungan matriks QSPM dilakukan dengan memadukan faktor-faktor internal dan eksternal terhadap alternatif strategi yang sudah dirumuskan. Pada proses ini dilakukan pembobotan kembali, untuk menentukan nilai daya tarik atau *Attractiveness Scores* (AS) dan total *Attractiveness Score* (TAS). Bobot pada faktor internal dan eksternal disesuaikan dengan bobot yang sudah ada pada matriks IFAS dan EFAS sebelumnya. Nilai AS didefinisikan sebagai angka yang mengindikasikan daya tarik relatif dari masing-masing strategi dari satu set alternatif. Ketentuan penilaian AS berlaku sebagai berikut (Qanita, 2020) :

- a. Nilai 1 = tidak menarik
- b. Nilai 2 = agak menarik
- c. Nilai 3 = cukup menarik
- d. Nilai 4 = sangat menarik

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.

Nilai TAS diperoleh dengan mengkalikan bobot dengan nilai AS. Nilai total TAS kemudian diakumulasikan untuk mendapatkan tingkat skor dari berbagai alternatif strategi. Skor tertinggi menentukan strategi yang terbaik untuk diterapkan dalam suatu perusahaan. Namun dalam analisis ini perlu diperhatikan bahwa QSPM hanya digunakan untuk mengurutkan prioritas strategi dalam satu set alternatif.

Tabel 2.5 Matriks QSPM

Faktor Internal dan Eksternal	Bobot	Strategi 1		Strategi 2		Strategi ...	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Strength :							
Weakness :							
Opportunity :							
Threats :							
Total							

(Sumber : Qanita, 2020)



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik 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 III

METODOLOGI PENELITIAN



UIN SUSKA RIAU

UIN SUSKA RIAU

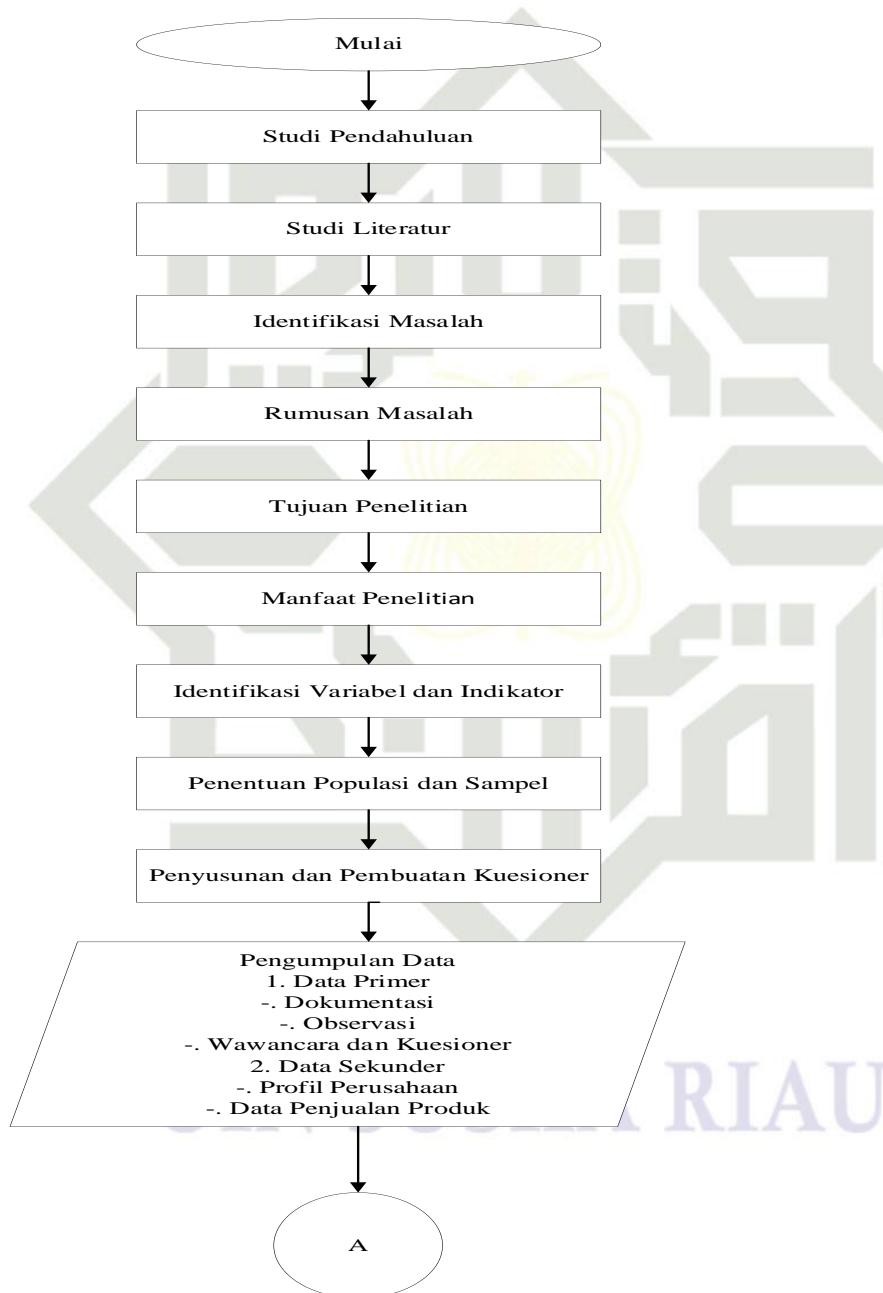
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

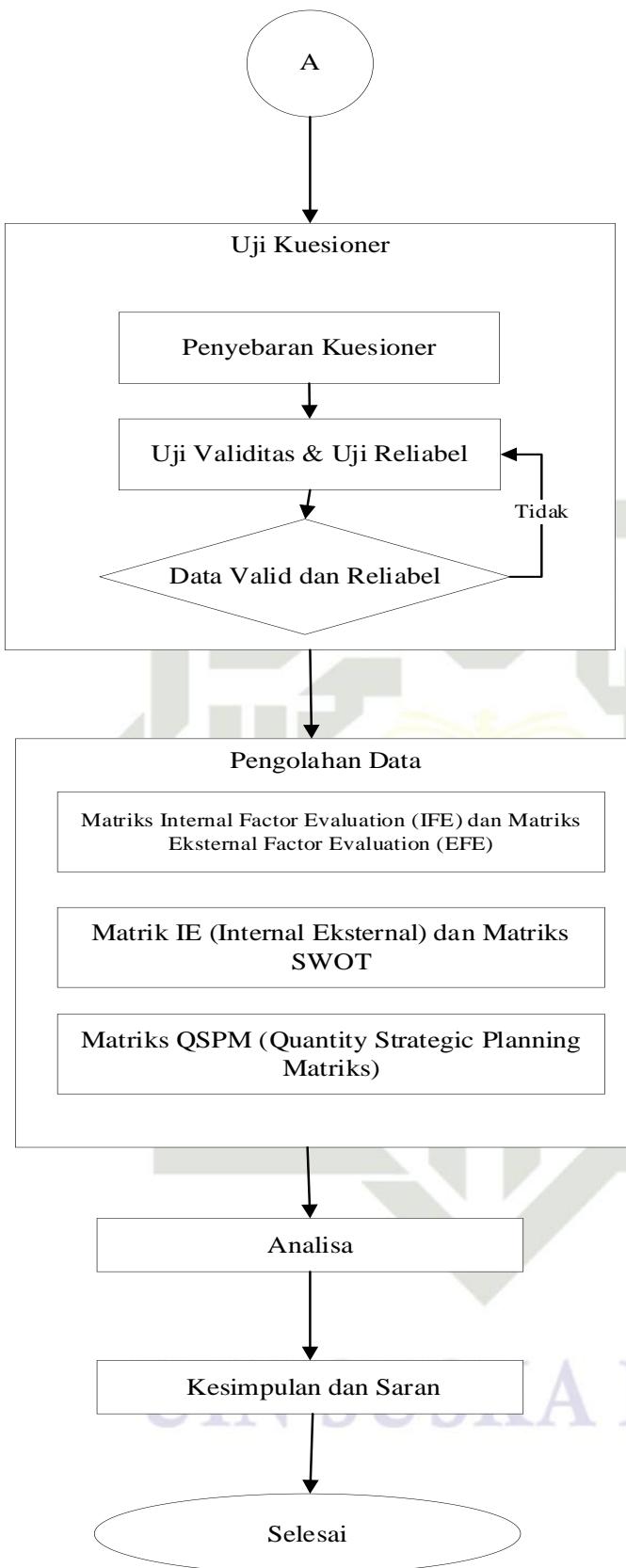
Metodologi penelitian dilakukan terlebih dahulu dengan menentukan tahapan-tahapan atau langkah-langkah secara ilmiah dalam memperoleh sebuah data untuk keperluan penelitian. Adapun tahapan penelitian yang dilakukan seperti pada *Flowchart* berikut ini:



Gambar 3.1 *Flowchart* Metodologi Penelitian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Gambar 3.2 Flowchart Metodologi Penelitian (Lanjutan)

Adapun tahapan-tahapan yang akan dilakukan pada penelitian ini adalah :

Studi Pendahuluan

Studi Pendahuluan menjelaskan alur penelitian yang dilakukan mulai dari survei pendahuluan sebagai tahapan awal pada UMKM Mie Riau yang beralamat di Duri, Riau. Pengumpulan data dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan informasi langsung dari objek yang berada di lokasi penelitian. Pengumpulan data dilakukan secara observasi langsung, wawancara kepada pemilik untuk menemukan permasalahan yang sedang terjadi.

Studi Literatur

Studi literatur berisikan tentang referensi teori yang berhubungan dengan permasalahan untuk mendukung peneliti memecahkan permasalahan yang ditemukan pada saat penelitian. Referensi teori dapat ditemukan dari berbagai sumber seperti buku dan jurnal yang berkaitan dengan permasalahan yang terdapat pada UMKM Mie Riau , sehingga dapat dijadikan sebagai sumber rujukan atau acuan yang dapat mendukung atau memperkuat hasil penelitian yang dilakukan.

3.3 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah merupakan langkah untuk mengetahui permasalahan yang akan diteliti. Identifikasi masalah bertujuan untuk mencari dan menentukan topik permasalahan yang akan diteliti sesuai dengan kondisi di UMKM Mie Riau. Pada identifikasi masalah, peneliti dapat mengetahui jenis dan penyebab dari masalah tersebut. Pengidentifikasi masalah dilakukan dengan cara mempelajari permasalahan yang ada di UMKM sehingga masalah yang akan diteliti bisa fokus pada satu bahan saja. Identifikasi dilakukan dengan melihat data penjualan yang tidak konsisten.

UIN SUSKA RIAU

3.4 Rumusan Masalah

Penentuan rumusan masalah sangat penting karena berfungsi sebagai pedoman bagi langkah-langkah penelitian agar tidak menyimpang dari permasalahan yang ada, sehingga penelitian lebih fokus dan mudah dilaksanakan.

- 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.

Penentuan rumusan masalah didasarkan pada identifikasi masalah yang telah ditemukan sebelumnya. Rumusan masalah dapat berbentuk sebuah pernyataan tentang masalah yang nantinya akan dijabarkan melalui pengolahan data. Rumusan masalah dapat digunakan untuk membantu peneliti dalam memfokuskan titik permasalahan penelitian, sehingga dapat diketahui metode yang dapat digunakan dalam permasalahan.

3.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dibuat untuk dapat merencanakan langkah-langkah yang akan dilakukan sehingga lebih fokus, terarah, dan dapat dijalankan dengan benar dalam penyelesaian masalah. Tujuan penelitian ditentukan berdasarkan perumusan masalah yang telah diketahui sebelumnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merancang strategi alternatif pengembangan UMKM metode *Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)*

3.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian sangat penting karena berkaitan dengan tujuan penelitian. Manfaat penelitian merupakan hasil dari tercapainya tujuan penelitian dan terselesaiannya masalah yang ada dalam suatu usaha yang telah dilakukan oleh peneliti dalam pencapaian ini akan diberikan manfaat secara langsung bagi pemilik usaha dan bagi peneliti.

3.7 Identifikasi Variabel dan Indikator

Identifikasi variabel *internal* dan *eksternal* di UMKM Mie Riau. Variabel internal diperoleh dari perusahaan serta penyebaran kuesioner dilihat dari strategi pemasaran menggunakan bauran pemasaran (*Marketing Mix*) menggunakan empat variabel (*Product, Price, Place, Promotion*).

3.8 Penentuan Populasi dan Sampel

Penentuan populasi dan sampel merupakan tahap yang dilakukan sebelum penyebaran kuesioner. Populasi merujuk pada seluruh kelompok atau elemen yang memiliki karakteristik tertentu yang ingin diteliti. Populasi bukan hanya

orang tetapi juga objek atau benda-benda alam yang lain. Sedangkan sampel adalah bagian dari populasi atau wakil populasi yang akan diteliti dan diambil sebagai sumber data. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *Non-Probability Sampling* dengan jenis *Accidental Sampling*. *Accidental sampling* adalah metode penentuan sampel berdasarkan spontanitas, di mana setiap orang yang memenuhi kriteria untuk penelitian, yaitu konsumen yang pernah membeli produk UMKM Mie Riau dianggap sebagai objek sampel (responden). Pada penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui jumlahnya, jadi untuk menentukan jumlah sampel dapat menggunakan rumus 2.3 yaitu Rumus Cochran :

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

Z = Nilai tingkat kepercayaan (90% = 1,65; 95% = 1,96; 99% = 2,58)

p = Peluang benar (0,5)

q = Peluang Salah (0,5)

e = Margin of error (maksimal 10%)

Berdasarkan rumus diatas, maka penentuan jumlah sampel pada penelitian adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{1,65^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,1^2}$$

$$n = \frac{0,680625}{0,01}$$

$$n = 68,06$$

$$= 68 \text{ responden}$$

Maka diperoleh hasil jumlah sampel minimal yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 68 responden. Dengan peluang benar 50% dan tingkat kesalahan 10%

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.

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

3.9 © Hak Cipta milik UIN Suska Riau Penyusunan dan Pembuatan Kuesioner

Kuesioner berbentuk serangkaian pertanyaan yang disusun secara sistematis mengenai masalah yang akan diteliti, kuesioner yang dirancang disesuaikan dengan variabel-variabel yang telah ditentukan. Kuesioner disebarluaskan kepada responden yang dianggap memenuhi kriteria sebagai subjek penelitian termasuk pemilik, karyawan dan konsumen yang telah melakukan pembelian produk dari UMKM Mie Riau.

3.10 Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan tujuan memperoleh data-data yang dibutuhkan peneliti. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung saat mengamati UMKM Mie riau. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung.

1. Data Primer

Data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli yang akan digunakan dalam pengolahan data. Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data diantaranya wawancara dan kuesioner. Adapun yang dimaksud dengan wawancara dan kuesioner yaitu :

a. Wawancara

Bentuk tanya jawab kepada pihak UMKM Mie Riau. Peneliti melakukan wawancara dengan pemilik usaha untuk mengetahui informasi lebih lanjut mengenai UMKM Mie Riau,

b. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

2. Data Sekunder

Data sekunder yang dibutuhkan untuk penelitian ini, seperti profil UMKM Mie Riau, dan data penjualan pada UMKM Mie. Pengumpulan data sekunder

dilakukan dengan mengambil atau menggunakan sebagian atau seluruhnya dari sekumpulan data yang telah dicatat atau dilaporkan.

3.10.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas uji yang berfungsi untuk melihat apakah suatu alat ukur tersebut valid (sahih) atau tidak valid. Uji validitas ini penting dilakukan agar pertanyaan yang diajukan tidak menghasilkan data yang menyeimbang dari gambaran variabel yang bersangkutan. Kriteria penilaian uji validitas ialah, Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka dapat dikatakan kuesioner tersebut valid atau sahih, Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka dapat dikatakan kuesioner tidak valid atau sahih. Uji reliabilitas berfungsi untuk mengetahui apakah hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran berulang-ulang, dan jika konsisten alat ukur tersebut bisa dikatakan reliabel. Alat ukur dikatakan reliabel jika menghasilkan hasil yang sama.

3.11 Pengolahan Data

Pengolahan data dilakukan setelah seluruh data yang dibutuhkan dikumpulkan sebelumnya. Pengolahan data dilakukan dengan tujuan untuk mempermudah proses pengambilan keputusan dan menyelesaikan permasalahan. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan metode QSPM dengan 3 tahapan yaitu matriks IFE dan EFE, matriks IE dan SWOT, tahap terakhir adalah analisis matriks QSPM.

3.11.1 Analisis Matriks IFE dan Matriks EFE

Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) adalah alat yang digunakan untuk merumuskan strategi serta menilai kekuatan dan kelemahan dalam suatu perusahaan. Matriks *Eksternal Factor Evaluation* (EFE) merupakan alat perumusan strategi yang digunakan mengevaluasi peluang dan ancaman sebuah bisnis. Matriks EFE dipengaruhi oleh lingkungan eksternal yaitu faktor peluang dan ancaman perusahaan. Dalam penelitian ini tahap input dilakukan dengan analisis faktor *internal* dan faktor *eksternal* pada UMKM Mie tersebut. Setelah

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.

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.

menentukan faktor *internal* dan *eksternal*, langkah selanjutnya adalah menghitung bobot, rating, dan skor.

3.11.2 Analisis Matriks IE dan Matriks SWOT

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini untuk melakukan langkah pencocokan adalah matriks *internal-eksternal* (IE) dan *Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat* (SWOT). Matriks *internal-eksternal* (IE) merupakan langkah pencocokan dengan menginput hasil peembobatan matriks EFE dan IFE ke dalam matriks IE. Matriks SWOT adalah alat pencocokan yang digunakan secara sistematis mengidentifikasi berbagai faktor dalam mengembangkan strategi perusahaan serta untuk menentukan strategi yang tepat untuk diterapkan perusahaan dalam memaksimalkan kekuatan dan kelemahan.

3.11.3 Analisis Matriks QSPM

QSPM adalah teknik analisis untuk mengetahui daya tarik relatif dari beberapa alternatif strategi yang dapat diterapkan secara objektif berdasarkan faktor internal dan faktor eksternal yang sudah diidentifikasi pada IFE dan EFE. Matriks QSPM merupakan tahap terakhir dari perumusan strategi yang akan membantu dalam proses pengambilan keputusan strategi yang terbaik dan paling tepat dengan lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Perumusan strategi dilakukan dengan pemilihan strategi terbaik menggunakan QSPM.

3.12 Analisa

Analisa dilakukan berdasarkan data yang telah diolah sebelumnya untuk memperoleh data yang dapat digunakan dalam kesimpulan akhir masalah. Analisa bertujuan untuk mengambil keputusan terhadap permasalahan dan menjawab segala permasalahan yang ada pada penelitian.

3.13 Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan memuat jawaban dan pencapaian tujuan dilakukan penelitian serta berisikan rangkuman yang diperoleh dari hasil pengolahan data dan analisa.



UIN SUSKA RIAU

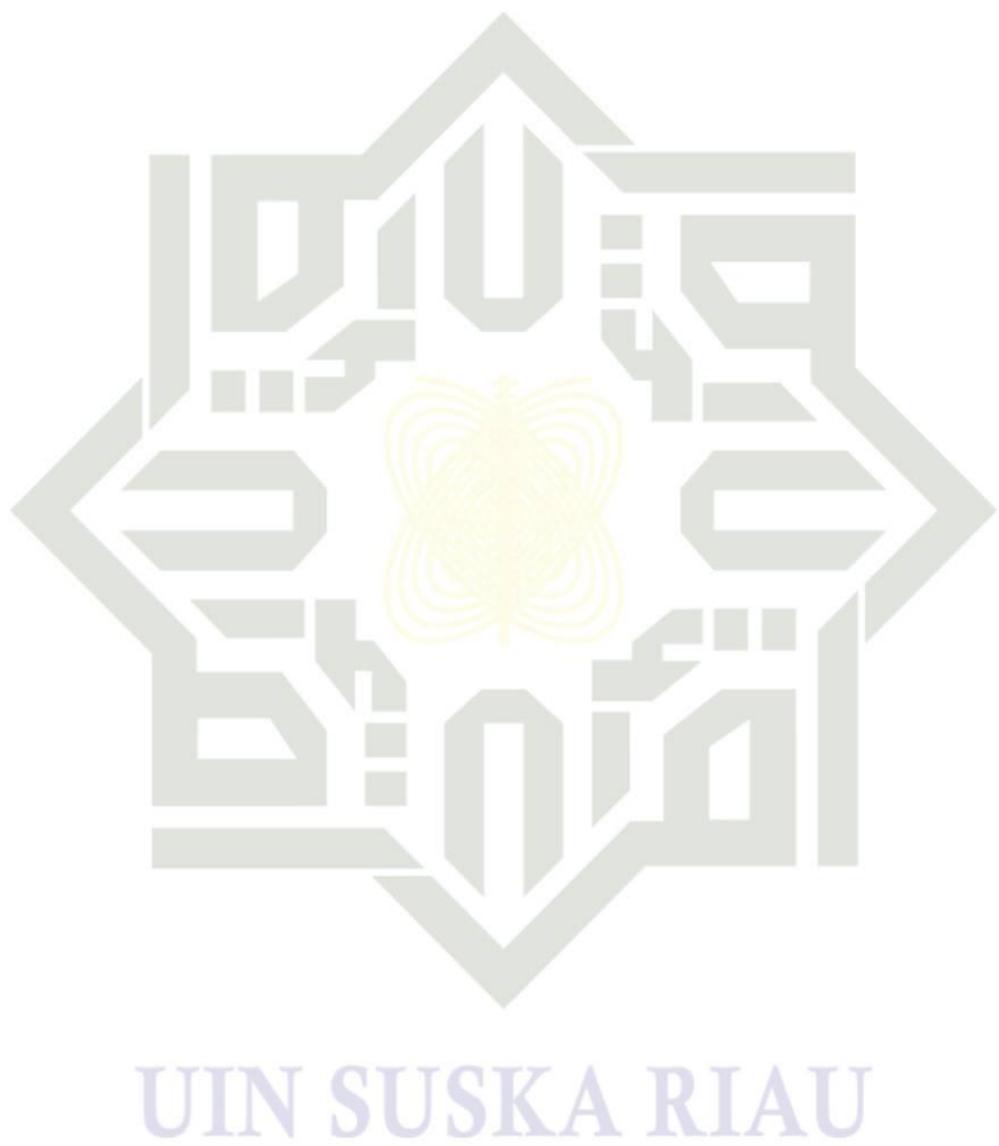
Saran memberikan masukan untuk penelitian berikutnya, dengan harapan penelitian selanjutnya dapat meningkat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau





UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta 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.

BAB VI PENUTUP



BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari hasil penelitian adalah sebagai berikut :

1. Faktor internal yang mempengaruhi pengembangan usaha berdasarkan identifikasi *Internal Factor Evaluation* (IFE) yaitu dari faktor kekuatan berupa area tempat parkir yang luas dengan mendapatkan nilai rating tertinggi 4,25 dan bobot 0,117. Dan diperoleh faktor kelemahan tertinggi belum memiliki cabang. Faktor *Eksternal Factor Evaluation* (IFE) yang sangat mempengaruhi dari faktor peluang berupa mesin produksi semakin canggih untuk meningkatkan produksi dengan rating tertinggi 3,44 dan bobot 0,116. Dari faktor ancaman berupa adanya persaingan produk mie sejenis dengan nilai rating 2,98 dan bobot 0,100. Diperoleh dari hasil analisa faktor IE bahwasanya posisi kedudukan Usaha Mie riau berada pada posisi tumbuh dan berkembang dengan total skor IFE 3,7 dan EFE 2,99.
2. Merancang strategi alternatif menggunakan metode QSPM dengan mngurutkan strategi terpilih dari yang tertinggi hingga terendah yang diidentifikasi dengan metode SWOT. Hasil analisa penelitian dengan menggunakan metode QSPM diperoleh alternatif strategi yang pertama adalah menciptakan berbagai varian menu produk mie dengan nilai TAS 8,359. Selanjutnya untuk alternatif strategi kedua adalah meningkatkan kegiatan promosi menjadi lebih menarik dengan nilai TAS 8,112. Strategi ketiga yang diperoleh adalah memberikan promo atau diskon pada event-event tertentu dengan nilai TAS 8,111. Kemudian strategi yang keempat yaitu meningkatkan kualitas pelayanan dengan nilai TAS 8,068. Strategi kelima yaitu mempertahankan kualitas rasa dan tekstur dari mie dengan nilai TAS 7,876. Selanjutnya strategi keenam yaitu meningkatkan efisiensi operasional agar tetap bisa menjaga harga mie tetap kompetitif dengan nilai TAS 7,719. Strategi terakhir yaitu menggunakan sistem online seperti membuat akun media sosial dan e-commerce dengan nilai TAS 7,329.

6.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Bagi peneliti

Peneliti hanya menggunakan metode SWOT dan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrik*). Kepada penelitian berikutnya diharapkan untuk melakukan penambahan metode pendukung untuk menentukan strategi alternatif yang lebih baik untuk perusahaan.

2. Bagi perusahaan

Dengan adanya penelitian yang dilakukan diharapkan Usaha Mie Riau dapat mempertimbangkan untuk mengaplikasikan strategi terpilih guna meningkatkan penjualan.

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.

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



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik 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.

DAFTAR PUSTAKA



DAFTAR PUSTAKA

- 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.

- Akbar, M. J., Qurtubi, Q., & Maghfiroh, M. F. N. (2022). Perancangan strategi pemasaran menggunakan metode swot dan qspm untuk meningkatkan penjualan beras. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 8(1), 61-67.
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep umum populasi dan sampel dalam penelitian. *Pilar*, 14(1), 15-31.
- Asmita, W., & Fitriani, W. (2022). Konsep dasar pengukuran. *Jurnal Mahasiswa BK An-Nur: Berbeda, Bermakna, Mulia*, 8(3), 217-226.
- Asrulla, A., Risnita, R., Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan sampling (kuantitatif), serta pemilihan informan kunci (kualitatif) dalam pendekatan praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26320-26332.
- Astutik, E. D. (2021). Strategi Bisnis “CEJEDW FROZEN FOOD” Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 5(1).
- Djufrri, W., & Lukman, S. (2020). Strategi Pengembangan Workshop PT Semen Padang (Pendekatan Analisis SWOT dan Model Bisnis Kanvas). *Menara Ilmu: Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah*, 14(2).
- Fitri, F. T., & Siregar, J. (2024). Analisis Uji Organoleptik Mie Basah Substitusi Jamur Tiram. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(2), 17551-17558.
- Hulu, B., Dakhi, Y., & Zalogo, E. F. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Pada Ud. Mitra Kecamatan Amandraya. *Pareto: Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 6(2), 16-25.
- Isnaini, B. F. I., Kurniansah, R., & Purwata, I. K. (2023). STRATEGI MANAJEMEN HOTEL SIMA KUTA DALAM PEMULIHAN OPERASIONAL PASCA PANDEMI COVID-19. *Journal Of Responsible Tourism*, 2(3), 595-602.
- Jailani, M. S. (2023). Teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian ilmiah pendidikan pada pendekatan kualitatif dan kuantitatif. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1-9.
- Jamaludin, N., Imanika, M. S., Azzahra, P. R., & Nisa, R. (2023). MANAJEMEN STRATEGI. *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(3).

Janna, N. M., & Herianto, H. (2021). Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS.

Luthfiyah, A., Djamhur, F., Melinda, R., Rasyid, Y., & Putri, A. M. (2021). Analisis SWOT Untuk Meningkatkan Manajemen Strategi Pada UMKM (Studi Usaha Jahit Pani di Pekanbaru). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 3033-3041.

Panggabean, A., & Sumiati, S. (2022). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Analisis Swot Dan Qspm. *Jurnal kewirausahaan dan inovasi*, 1(2), 202-211.

Pratamasyari, D. A. (2023). Pengaruh Perkembangan Teknologi Dan Motivasi Terhadap Minat Investasi Dengan Literasi Keuangan Sebagai Variable Intervening. *Jurnal Sinar Manajemen*, 10(3), 279-288.

Putri, M. A., Rahayu, A., & Dirgantari, P. D. (2023). Analisis strategi pemasaran menggunakan matriks SWOT, matriks IFE, matriks EFE, dan matriks IE (Studi kasus pada bisnis Banjagim. id). *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 7(1).

Qanita, A. (2020). Analisis strategi dengan metode swot dan qspm (quantitative strategic planning matrix): studi kasus pada d'gruz caffe di Kecamatan Bluto Sumenep. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 1(2), 11-24.

Rahmi, H., Siregar, N. T., & Rahmwati, E. (2021). Pengaruh Pemberdayaan Aparatur, Pengawasan Dan Lingkungan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Pegawai Dinas Perpustakaan Dan Kearsipan Kota Tanjungbalai. *Manajemen dan Bisnis*, 3(1), 10-17.

Ramadhan, R. P., Bela, O. L., & Prasetyo, H. D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Makaroni Kriukzz. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 15(1), 277-281.

Rambe, D. N. S., & Aslami, N. (2021). Analisis strategi pemasaran dalam pasar global. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 213-223.

Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran (studi kasus di kantor pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 58-70.

Subhaktiyasa, P. G. (2024). Menentukan Populasi dan Sampel: Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(4), 2721-2731.

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.

Suharyani, Y. D., & Djumarno, D. (2023). Perencanaan Strategis Dan Pembangunan Berkelanjutan. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 4(2), 767-778.

Usman, M. L. L., & Gustalika, M. A. (2022). Pengujian Validitas dan Reliabilitas System Usability Scale (SUS) Untuk Perangkat Smartphone. *Jurnal Ecotype (Electronic, Control, Telecommunication, Information, and Power Engineering)*, 9(1), 19-24.

Wicaksono, D. E., & Tjahjoanggoro, A. J. (2021). Formula Strategi Pada Perusahaan Startup Manufaktur Tekstil, Studi Kasus: PT. X. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 8(2), 60-73.



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik 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



UIN SUSKA RIAU



KUESIONER IFE

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Pekerjaan :

PENENTUAN RATING

1. Beri tanda (✓) pada tabel yang telah disediakan
2. Keterangan rating
 5 = Sangat Setuju
 4 = Setuju
 3 = Ragu-ragu
 2 = Tidak Setuju
 1 = Sangat Tidak Setuju

No	Faktor Internal	Rating				
		1	2	3	4	5
1.	Kekuatan					
1.	Rasa dari produk mie enak					
2.	Tekstur mie yang lembut					
3.	Produk mie tidak menggunakan bahan pengawet					
4.	Area tempat parkir yang luas					
5.	Harga yang kompetitif					
6.	Pelayanan yang baik					
No	Faktor Internal	Rating				
		1	2	3	4	5
1.	Kelemahan					
1.	Kurangnya promosi pada produk					
2.	Belum memaksimalkan media sosial untuk memasarkan produk					
3.	Produk yang ditawarkan belum variatif					
4.	Belum memiliki cabang					

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.

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



KUESIONER EFE

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Pekerjaan :

PENENTUAN RATING

1. Beri tanda (✓) pada tabel yang telah disediakan
2. Keterangan rating
 5 = Sangat Setuju
 4 = Setuju
 3 = Ragu-ragu
 2 = Tidak Setuju
 1 = Sangat Tidak Setuju

No	Faktor Eksternal	Rating				
		1	2	3	4	5
1.	Peluang					
1.	Lokasi cukup strategis (Berada disekitar area perumahan warga)					
2.	Bahan baku mudah diperoleh dari daerah sekitar					
3.	Kebiasaan masyarakat mengonsumsi mie					
	Memiliki konsumen langganan					
	Mesin produksi mie semakin canggih untuk meningkatkan produksi					
	Pertumbuhan penduduk					
No	Faktor Eksternal	Rating				
		1	2	3	4	5
1.	Ancaman					
1.	Adanya persaingan produk mie sejenis					
2.	Fluktuasi bahan baku					
3.	Persaingan harga					
4.	Konsumen beralih ke kompetitor yang menjual produk sejenis					

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.

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



KUESIONER QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama : _____
2. Jenis Kelamin : _____
3. Pekerjaan : _____

PENENTUAN RATING

1. Beri tanda (✓) pada tabel yang telah disediakan
2. Keterangan rating
 - 5 = Sangat Setuju
 - 4 = Setuju
 - 3 = Ragu-ragu
 - 2 = Tidak Setuju
 - 1 = Sangat Tidak Setuju
3. Pernyataan Setiap Strategi
 1. Mempertahankan kualitas rasa dan tekstur dari mie
 2. Meningkatkan kualitas pelayanan
 3. Menciptakan berbagai varian produk mie baru
 4. Meningkatkan kegiatan promosi menjadi lebih menarik
 5. Memberikan promo/diskon pada *event-event* tertentu
 6. Menggunakan sistem online seperti membuat akun media sosial dan *e-commerce*
 7. Meningkatkan efisiensi operasional agar tetap bisa menjaga harga mie tetap kompetitif



No	Pernyataan	Strategi 1					Strategi 2					Strategi 3					Strategi 4					Strategi 5					Strategi 6											
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5							
2.	Hak Cipta Produk Mie	© Hak Cipta Mie UIN Suska Riau	Kekuatan	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5					
	Hak Cipta Produk Mie	1. Dilakukan dari produk mie enak	Rasa mie enak																																			
	Hak Cipta Produk Mie	a. Penggunaan mie yang lembut	Teks mie yang lembut																																			
	Hak Cipta Produk Mie	b. Penggunaan mie tidak menggunakan bahan pengawet	Produk mie tidak menggunakan bahan pengawet																																			
	Hak Cipta Produk Mie	C. Area tempat parkir yang luas	Area tempat parkir yang luas																																			
	Hak Cipta Produk Mie	D. Harga jual yang kompetitif	Harga jual yang kompetitif																																			
	Hak Cipta Produk Mie	E. Pelayanan yang baik	Pelayanan yang baik																																			
2.	Hak Cipta Produk Mie	F. Kepentingan perbaikan	Kepentingan perbaikan																																			
	Hak Cipta Produk Mie	G. Kurangnya promosi pada produk	Kurangnya promosi pada produk																																			
	Hak Cipta Produk Mie	H. Belum memaksimalkan media sosial untuk memasarkan produk	Belum memaksimalkan media sosial untuk memasarkan produk																																			
	Hak Cipta Produk Mie	I. Produk yang ditawarkan belum variatif	Produk yang ditawarkan belum variatif																																			
	Hak Cipta Produk Mie	J. Belum memiliki cabang	Belum memiliki cabang																																			



No	Pernyataan	Strategi 1					Strategi 2					Strategi 3					Strategi 4					Strategi 5					Strategi 6										
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5						
2.	Peluang	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5						
	Lokasi cukup strategis (Berada disekitar area pengembangan warga)																																				
	a. Pengaruh perubahan warga																																				
	b. Pengaruh penduduk																																				
	C. Hak Cipta Dindungi Undang-Undang																																				
	1. Dilengkung mengetahui bahan baku mudah diperoleh dari daerah sekitar																																				
	a. Pengaruh penduduk																																				
	b. Pengaruh perubahan warga																																				
	D. Kebutuhan masyarakat mengonsumsi mie																																				
	E. Metrik kualitas mie semakin canggih untuk menarik konsumen langganan																																				
	F. Meskipun meningkatkan produksi memungkinkan kepentingan yang besar bagi sebagian orang																																				
	G. Perkembangan penduduk																																				
2.	Pernyataan	Strategi 1					Strategi 2					Strategi 3					Strategi 4					Strategi 5					Strategi 6										
	Ancaman	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5						
	a. Adanya persaingan produk mie sejenis																																				
	b. Fluktuasi bahan baku																																				
	c. Persaingan harga																																				
	d. Kompetitor yang menjual produk sejenis																																				
	e. Penyalahgunaan dan menyebutkan sumber																																				
	f. Penyalahgunaan karya ilmiah																																				
	g. Penyalahgunaan laporan																																				



REKAPITULASI KUESIONER IFE DAN EFE

© Hak

Kript

ta

milik

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.

Rekapitulasi Kuesioner IFE

Responden	Kekuatan					Kelemahan					Total
	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	
1	2	2	2	3	1	1	1	2	2	3	19
2	3	3	4	4	2	4	3	4	4	4	35
3	4	4	5	5	4	4	3	4	3	5	41
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
Total	14	14	16	17	12	14	12	15	14	17	145

Rekapitulasi Kuesioner EFE

Responden	Peluang					Ancaman					Total
	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	
1	4	4	5	4	3	5	5	3	3	5	41
2	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	44
3	3	4	3	2	4	3	3	3	2	3	30
4	5	4	4	3	4	5	4	3	3	1	36
5	3	3	2	2	2	1	3	3	3	2	24
6	2	5	3	2	5	1	1	2	1	4	26
7	3	5	2	3	1	1	5	1	3	1	25
8	5	3	3	2	5	3	3	5	3	2	34
9	3	2	4	5	3	4	4	3	3	5	36
10	5	4	2	2	5	4	5	1	3	2	33
11	5	3	4	2	4	3	4	3	3	1	32
12	4	3	4	2	2	2	3	4	3	2	29
13	2	1	2	1	1	1	3	1	4	3	19
14	1	2	4	2	4	2	1	2	1	1	20
15	3	2	5	4	4	4	3	1	2	5	33
16	4	1	3	1	1	2	1	1	3	4	21
17	1	3	1	1	4	1	4	4	2	4	25
18	4	3	2	2	2	1	2	1	1	1	19
19	4	3	5	5	5	5	1	4	5	2	39
20	5	3	1	3	1	1	4	5	1	1	25
21	4	5	5	5	5	2	2	5	4	2	39
22	2	3	5	2	3	1	3	1	1	2	23
23	4	5	4	3	5	3	2	4	5	1	36
24	2	1	2	4	5	5	3	3	5	4	34
25	4	3	5	5	5	4	5	3	2	2	38
26	3	4	2	4	3	4	4	3	3	1	31
27	5	1	2	4	5	3	5	5	5	2	37
28	5	3	2	2	4	5	5	3	3	5	37
29	2	4	4	5	3	2	3	2	5	3	33
30	4	5	3	2	4	4	3	3	2	5	35

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Rekapitulasi Kuesioner EFE (Lanjutan)

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau	31	2	4	5	1	4	5	1	2	1	1	26
	32	4	5	2	5	5	1	5	4	3	5	39
	33	4	1	2	1	3	1	2	3	3	1	21
	34	3	5	3	2	3	3	5	2	2	3	31
	35	2	4	2	4	4	4	3	5	3	1	32
	36	3	3	4	2	4	2	1	3	3	1	26
	37	5	3	5	5	2	4	3	4	2	5	38
	38	5	4	4	3	2	3	4	2	1	1	29
	39	4	3	3	4	2	2	3	4	2	2	29
	40	2	3	4	1	4	2	2	1	2	4	25
	41	4	4	4	4	3	3	4	5	2	5	38
	42	2	3	2	1	3	5	4	1	2	1	24
	43	3	4	2	1	4	2	2	3	5	2	28
	44	2	1	3	3	1	2	1	2	3	1	19
	45	2	1	1	4	5	2	3	5	2	5	30
	46	4	3	2	5	5	4	4	1	5	3	36
	47	4	1	2	3	4	5	1	3	3	3	29
	48	3	4	3	2	4	1	2	4	3	1	27
	49	4	1	5	4	3	2	1	2	3	2	27
	50	4	3	3	3	3	5	3	2	4	2	32
	51	2	2	2	3	3	2	3	2	4	1	24
	52	4	5	4	1	5	3	5	3	3	3	36
	53	3	2	2	2	5	4	3	2	3	5	31
	54	2	1	1	3	3	1	1	3	1	5	21
	55	4	1	3	3	5	4	1	5	2	3	31
	56	1	2	1	1	5	2	5	4	5	3	29
	57	3	3	2	2	1	4	5	3	1	5	29
	58	1	1	4	2	1	2	3	2	5	2	23
	59	4	2	3	2	3	2	1	4	1	2	24
	60	3	1	4	3	5	2	2	3	2	1	26
	61	5	3	5	2	4	3	3	3	2	3	33
	62	4	3	3	1	2	4	3	3	3	2	28
	63	2	4	3	4	2	2	3	3	2	3	28
	64	5	1	2	2	2	3	1	1	1	3	21
	Total	215	187	198	178	220	182	191	186	178	169	1904

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



Tahun 2008

Memasuki Sekolah Dasar Negeri 58 Duri, dan menyelesaikan pendidikan SD pada tahun 2014.

Tahun 2014

Memasuki Sekolah Menengah Pertama Negeri 9 Duri dan menyelesaikan pendidikan SMP pada Tahun 2017.

Tahun 2017

Memasuki Sekolah Menengah Atas Negeri 3 Duri, dan menyelesaikan pendidikan SMA pada Tahun 2020.

Tahun 2020

Terdaftar sebagai mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Syarif Kasim Riau, Jurusan Teknik Industri.

Nomor Handphone

+62 823-3936-6648

E Mail

saskiaferal108@gmail.com

BIOGRAFI PENULIS

Nama Saskia Feraldine lahir di kota Duri pada tanggal 10 Agustus 2002 anak dari ayahanda Ferdinal Sari dan Ibunda Desi Yelhermania. Penulis merupakan anak pertama dari empat bersaudara. Adapun perjalanan penulis dalam jenjang menuntut ilmu pengetahuan, penulis telah mengikuti pendidikan formal sebagai berikut :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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