

ABSTRAK

Alichsan merupakan salah satu UMKM yang bergerak dalam bidang konveksi yang memproduksi jubah dan jilbab perempuan. Alichsan berlokasi di Desa Srowo Kecamatan Sidayu Kabupaten Gresik. Alichsan mengalami penurunan jumlah produksi pada beberapa bulan terakhir, hal tersebut dikarenakan Alichsan masih menggunakan metode konvensional untuk pemasarannya. Sehingga rumusan masalah yang ditetapkan pada penelitian ini yaitu bagaimana usulan strategi bisnis yang tepat untuk meningkatkan keputusan pembelian pada Alichsan dan strategi bisnis apa yang menjadi prioritas dan paling tepat untuk meningkatkan penjualan pada Alichsan. Penelitian ini menggunakan tiga metode yaitu SWOT, AHP, dan TOPSIS. Variabel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan *framework* dari BMC (*Business Model Canvas*). Analisis SWOT berfungsi untuk membuat strategi yang tepat dan dapat diterapkan dengan melihat kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada suatu usaha. Setelah didapatkan strategi melalui SWOT selanjutnya dilakukan pembobotan tiap kriteria dengan AHP (*Analytical Hierarchy Process*), lalu dilanjutkan dengan perhitungan prioritas strategi berdasarkan inputan dari AHP dengan menggunakan TOPSIS (*Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution*) agar mendapatkan strategi terbaik yang harus diprioritaskan untuk meningkatkan penjualan.

Kata Kunci : Analisis SWOT, metode AHP, metode TOPSIS

ABSTRACT

Alichsan is one of the UMKM that operates in the convection sector which produces women's robes and headscarves. Alichsan is located in Srowo Village, Sidayu District, Gresik Regency. Alichsan has experienced a decline in production numbers in the last few months, this is because Alichsan still uses conventional methods for marketing. So the problem formulation set out in this research is how to propose appropriate business strategies to increase purchasing decisions at Alichsan and what business strategies are the priority and most appropriate to increase sales at Alichsan. This research uses three methods, namely SWOT, AHP, and TOPSIS. The variables used in this research use the framework from BMC (Business Model Canvas). SWOT analysis functions to create appropriate strategies that can be implemented by looking at the strengths, weaknesses, opportunities and threats of a business. After obtaining the strategy through SWOT, each criterion is then weighted using AHP (Analytical Hierarchy Process), then continued with calculating strategy priorities based on input from AHP using TOPSIS (Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution) in order to obtain the best strategy that must be prioritized for increase sales.

Keywords: *SWOT analysis, AHP method, TOPSIS method*

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Batasan Masalah.....	6
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Strategi Pemasaran	8
2.2 Promosi	9
2.3 Kuesioner	10
2.4 <i>Business Model Canvas (BMC)</i>	11
2.5 Teknik Sampling	12
2.6 Analisis SWOT	13
2.6.1 Matriks IFE (Internal Factor Evaluation).....	13

2.6.2 Matriks EFE (Ekternal Factor Evaluation)	14
2.6.3 Matriks SWOT	14
2.7 Metode AHP (<i>Analytical Hierarchy Process</i>)	15
2.8 Metode TOPSIS	18
2.9 Penelitian Terdahulu	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
3.1 Jenis Penelitian.....	23
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	23
3.3 Jenis dan Sumber Data	23
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.5 Variabel Penelitian	26
3.5.1 Penentuan Variabel	28
3.6 Penentuan Sampel	30
3.7 Tahapan Penelitian	31
3.8 Metode Penyelesaian.....	33
3.8.1 Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal	33
3.8.2 Membuat Matriks IFE dan EFE	33
3.8.3 Membuat Matriks SWOT.....	33
3.8.4 Metode AHP	33
3.8.5 Metode TOPSIS	34
3.9 <i>Flowchart</i> atau Alur Penelitian	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Karakteristik Responden	36
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	36

4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
4.2 Matriks IFE (<i>Internal Factor Evaluation</i>)	38
4.2.1 Perhitungan Faktor <i>Strengths</i>	38
4.2.2 Perhitungan Faktor <i>Weakness</i>	47
4.3 Matriks EFE (<i>Ekternal Faktor Evaluation</i>)	51
4.3.1 Perhitungan Faktor <i>Opportunities</i>	52
4.3.2 Perhitungan Faktor <i>Threats</i>	57
4.4 Matriks SWOT	61
4.5 Diagram SWOT	64
4.6 Pembobotan Menggunakan <i>Analytic Hierarchy Process</i> (AHP)	65
4.7 Analisis Menggunakan TOPSIS	70
4.7.1 Matriks Keputusan Ternormalisasi	70
4.7.2 Matriks Keputusan Ternormalisasi dan Terbobot	71
4.7.3 Matriks Solusi Ideal Positif dan Matriks Solusi Ideal Negatif	71
4.7.4 Jarak antara Matriks Solusi Ideal Positif dan Solusi Ideal Negatif	72
4.7.5 Nilai Preferensi Setiap Alternatif	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	80
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	85

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Identifikasi Awal Menurut Konsumen.....	2
Tabel 1.2 Rekapitan Penjualan 2022-2023.....	3
Tabel 1.3 Rekapitan penjualan 2023-2024.....	3
Tabel 2.4 Skala Penilaian Perbandingan Berpasangan	16
Tabel 2.5 Daftar Random Konsistensi Indeks.....	17
Tabel 2.6 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.7 <i>Ganchart</i> Penelitian	23
Tabel 3.8 Skala <i>likert</i>	25
Tabel 3.9 Variabel penelitian	26
Tabel 3.10 Faktor Internal.....	28
Tabel 3.11 Faktor Eksternal	29
Tabel 3.12 Penentuan Sampel	30
Tabel 4.13 Rekapitan nilai IFE (<i>Internal Faktor Evaluation</i>).....	51
Tabel 4.14 Rekapitan nilai EFE (<i>Eksternal Faktor Evaluation</i>).....	60
Tabel 4.15 Matriks SWOT	61
Tabel 4.16 Kuesioner Pembobotan Antar Alternatif.....	66
Tabel 4.17 Pembobotan dan Uji Konsistensi Antar Alternatif	67
Tabel 4.18 Data Hasil Pembobotan Kriteria	70
Tabel 4.19 Matriks Keputusan Ternormalisasi	70
Tabel 4.20 Matriks Keputusan Ternormalisasi dan Terbobot.....	71
Tabel 4.21 Matriks Solusi Ideal Positif dan Matriks Solusi Ideal Negatif.....	71
Tabel 22 Jarak antara Matriks Solusi Ideal Positif.....	72
Tabel 4.23 Jarak antara Matriks Solusi Ideal Negatif	72
Tabel 4.24 Nilai Preferensi Setiap Alternatif	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 <i>Flowchart</i> Penelitian	35
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	36
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
Gambar 4.5 Diagram SWOT.....	64
Gambar 4.6 Contoh Media <i>Instagram</i> Alichsan	74
Gambar 4.7 <i>Alvera Fashion</i>	75
Gambar 4.8 Web Alkhansas Academy	76
Gambar 4.9 Mesin Jahit yang Digunakan	77
Gambar 4.10 Rekomendasi Mesin Jahit.....	77