

LAMPIRAN

Lampiran 1: Penelitian Terdahulu

No.	Nama Tahun, dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	Achmad Syafa'at, Abdul Wahid. 2020. Strategi Pemasaran Produk Sepatu Menggunakan Metode Analisis SWOT dengan Matrik IFAS dan EFAS di PT Bagoes Tjipta Karya.	Kualitatif, observasi, interview, dan dokumentasi.	Kondisi stable growth strategy di kuadran I.	Analisis SWOT, matriks IFAS-EFAS	Tidak menggunakan analisis QSPM.
2.	Ahmad Nuril Firdaus, dkk. 2023. Penggunaan Matrik BCG, Matrik SWOT dan Metode QSPM dalam Menentukan Strategi Pemasaran Produk Benih "Pari Arum" Produksi UD. Primasari Tani Kabupaten Jember.	Kualitatif dan kuantitatif dengan <i>expert sampling</i> .	Berada pada kuadran I (tumbuh dan membangun).	Analisis SWOT dan QSPM.	Tidak ada matriks IFAS-EFAS, menggunakan matriks BCG.
3.	Dicki Prayudi, Resti Yulistria. 2020. Penggunaan Matriks SWOT dan Metode QSPM pada Strategi Pemasaran Jasa <i>Wedding Organizer</i> : Studi Kasus pada UMKM Gosimplifywedding Sukabumi.	Analisis matriks SWOT dan QSPM.	Berada pada kuadran II (<i>growth</i>).	Matriks SWOT dan QSPM.	Subjek penelitian Gosimplifywedding.
4.	Friska Andriani, dkk. 2021. Penerapan Analisis SWOT Terhadap Penentuan Strategi Pemasaran (Studi Kasus Seblak dan Baso Aci Wak Acan Pekanbaru).	Deskriptif kualitatif	Stategi yang dihasilkan adalah perbaikan manajemen pada setiap cabang.	Analisis SWOT.	Tidak menggunakan analisis IFAS-EFAS, matriks IE, dan QSPM.
5.	I Wayan Agus Candra Widiartha, Rina Djunita Pasaribu. 2023. Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Analisis SWOT dan Matriks QSPM (Studi Kasus pada Ud. Dinamo Gianyar).	Kualitatif deskriptif, wawancara dan kuesioner.	Prioritas strategi berupa penambahan varian produk.	Matriks IFE-EFE, SWOT, dan QSPM	Subjek penelitian Ud. Dinamo Gianyar.
6.	Mohammad Farid, dkk. 2023. <i>Evaluation of Marketing Strategy Using QSPM And TOWS Analysis: A Case Study in Furniture Industry</i> .	Kombinasi deskriptif kualitatif dan kuantitatif.	Berada pada kuadran I (<i>growth</i>).	Analisis SWOT dan QSPM.	Subjek penelitian UKM CP.

No.	Nama Tahun, dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil	Persamaan	Perbedaan
7.	Muhammad Jihad Akbar, dkk. 2022. Perancangan Strategi Pemasaran menggunakan Metode SWOT dan QSPM untuk Meningkatkan Penjualan Beras.	Observasi dan wawancara.	Berada pada kuadran III, strategi prioritas promosi produk.	Metode SWOT dan QSPM.	Subjek penelitian PT XYZ.
8.	Narto, Gatot Basuki HM. 2020. Penguatan Strategi Pemasaran Puduk di Tengah Pandemi COVID-19 untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing Usaha Mikro Kecil Menengah Kota Gresik.	<i>Purposive sampling</i> dengan kuesioner.	Berada pada posisi pertumbuhan dan stabilitas.	Analisis SWOT, matriks IE	Menggunakan <i>analytical hierarchy proses</i> (AHP).
9.	Revita Sari, Chandra Halim. 2022. Analisis Strategi Bisnis Guna Meningkatkan Daya Saing pada Coffee Shop di Bandar Lampung (Studi Kasus Dr. Coffee).	Kualitatif dengan analisis SWOT.	Berada pada kuadran V (pertumbuhan stabilitas).	Analisis SWOT.	Tidak menggunakan analisis QSPM.
10.	Sulistiyani, dkk. 2020. Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing UMKM.	Deskriptif kualitatif dengan wawancara.	Strategi yang dihasilkan berupa kerjasama dan memperluas pemasaran.	Analisis SWOT.	Tidak menggunakan IFAS-EFAS, matriks IE, dan QSPM.
11.	Syamruddin. 2020. Analisis Kelayakan Usaha Baby buncis Kenya Kelompok Tani “Baby French Farmer Group” dari Aspek IFAS, EFAS, dan IE.	Kuantitatif, matriks IFE dan EFE.	Berada pada kuadran II, kondisi tumbuh dan membangun.	Analisis kuantitatif, matriks IFE- EFE.	Tidak menggunakan analisis QSPM.
12.	Tiara Noviana, dkk. 2022. Analisis Strategi Pengembangan Usaha Pada Toko Pempek Flamboyant Palembang.	Kualitatif deskriptif dengan analisis SWOT.	Berada pada kuadran I dengan pertumbuhan agresif.	Analisis SWOT.	Tidak menggunakan analisis QSPM.
13.	Widiyarini, Zeny Fatimah Hunusalela. 2023. Perencanaan Strategi Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT dan QSPM dalam Upaya Peningkatan Penjualan Primavista Solusi.	Penyebaran kuesioner dengan <i>expert sampling</i> .	Strategi prioritas pengembangan pasar dan produk.	Matriks IFE-EFE, matriks SWOT.	Matriks <i>Grand Strategy, pairwise comparison</i> .
14.	Wiranata Nababan, Elsa Gustini Vinsensia Situmorang. 2023. Strategi Peningkatan Keefektifan Mal Pelayanan Publik pada Penyelenggaraan Pelayanan Administrasi Kependudukan di Kabupaten Sumedang menggunakan	Kualitatif dengan analisis SOAR dan analisis QSPM.	Strategi prioritas peningkatan kualitas SDM aparatur dengan pelaksanaan BIMTEK.	Menggunakan analisis QSPM.	Menggunakan analisis SOAR.

No.	Nama Tahun, dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil	Persamaan	Perbedaan
	Analisis SOAR dan Matriks QSPM.				
15.	Zulkifli Lubis, dkk. 2020. Penentuan Strategi Pemasaran dalam Mempertahankan Eksistensi dan Mengadapi Persaingan (Studi Kasus Pada Gemilang Art Glass Di Modo).	Kualitatif dengan analisis SWOT	Strategi yang dihasilkan berupa strategi S-O (agresif).	Analisis IFAS- EFAS dan SWOT.	Tidak menggunakan analisis QSPM.



Lampiran 2: Dokumentasi





Lampiran 3: Instrumen Penelitian

Kuesioner dan Wawancara Faktor IFAS dan EFAS kepada Pemilik (Narasumber

1)

U

Kuesioner Penelitian Penentuan Strategi Bisnis UMKM

Nama : Dwi Handayani

Nama UMKM: Umrroh

Tanggal berdiri: 2015

Alamat : Perumahan Tambus Indah Blok F No. 9 Kemangrah, Gunung Benda, Guri

Isilah tabel di bawah sesuai dengan keadaan UMKM yang Anda jalankan, dengan indikator sebagai berikut :

- Berilah bobot/nilai pada kolom bobot dengan angka 1-5 sesuai dengan seberapa penting pernyataan di bawah terhadap UMKM yang Anda jalankan.
- Centang salah satu kolom berikut sesuai dengan kondisi UMKM Anda.

1 = Sangat Tidak Baik (STB)

2 = Cukup Baik (CB)

3 = Baik (B)

4 = Sangat Baik (SB)

Internal Factor Analysis Summary (IFAS)

No.	Pernyataan	Bobot	STB	CB	B	SB
1.	Suatu usaha/UMKM dapat menyediakan berbagai macam produk untuk pelanggan.	4				✓
2.	Suatu usaha/UMKM memiliki citra atau kesan yang positif.	4				✓
3.	Suatu usaha/UMKM dapat membuat inovasi produk baru atau memodifikasi produk yang sudah ada.	4				✓
4.	Suatu usaha/UMKM memiliki produk andalan yang diminati konsumen.	4				✓
5.	Suatu usaha/UMKM memiliki keterampilan dalam mengelola produk yang ditawarkan.	4				✓
6.	Suatu usaha/UMKM memiliki modal yang besar untuk mengembangkan usahanya.	3			✓	
7.	Suatu usaha/UMKM memiliki sertifikasi yang terkait dengan produknya. (Misalnya P-IRT, BPOM, Halal)	3	✓			
8.	Suatu usaha/UMKM memiliki sumber daya manusia yang baik.	4				✓

9.	Suatu usaha/UMKM memiliki sarana dan pra sarana yang menunjang kegiatan usahanya. (Misalnya peralatan, akses listrik, internet, dan air bersih)	4				✓
10.	Suatu usaha/UMKM memiliki lokasi usaha yang mudah dijangkau konsumen.	4				✓

External Factor Analysis Summary (EFAS)

No.	Pernyataan	Bobot	STB	CB	B	SB
1.	Suatu usaha/UMKM memiliki hubungan yang baik dengan supplier.	4				
2.	Suatu usaha/UMKM memiliki pelanggan tetap.	4				
3.	Suatu usaha/UMKM memiliki kualitas bahan baku yang bagus dari supplier.	4				
4.	Suatu usaha/UMKM memiliki permintaan tinggi terhadap produk yang ditawarkan.	4				
5.	Suatu usaha/UMKM memiliki harga jual bersaing dengan kualitas yang baik.	4				
6.	Suatu usaha/UMKM memiliki pesaing dengan produk serupa.	4				
7.	Suatu usaha/UMKM mengalami fluktuasi (naik-turun) harga bahan baku.	4				
8.	Suatu usaha/UMKM memanfaatkan teknologi baru untuk diterapkan di usahanya. (Misalnya alat otomatis, sistem pemesanan dan pemasaran online, atau mengolah data dengan teknologi digital)	4				
9.	Suatu usaha/UMKM memiliki saluran distribusi yang beragam untuk menjangkau konsumen.	1				
10.	Suatu usaha/UMKM berada pada lingkungan dengan pendapatan tinggi dan tingkat konsumsi tinggi	4				

Daftar Pertanyaan Wawancara

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Latar belakang mendirikan usaha	Hobi, pekerjaan
2.	Tujuan yang ingin dicapai ke depan	Bot catering, dessert, rumah makan, jajanan, cafe
3.	Hambatan yang pernah dialami	kekurangan alat dan bahan, pendanaan, customer yg tiba-tiba berubah jam / pesanan
4.	Keunggulan produk dari pesaing	harga, kualitas, top market, made by order, tampilan cantik, tidak terbuang jajanan pasar
5.	Hal yang ingin diubah atau diperbaiki	Detail harga yg cocok - Partner : Busana, Mham Mar (pis, telur, pasta), Mham Ipar (apem) (Nasi)
6.	Lingkungan yang paling berpengaruh (koneksi luas/tempat strategis/produk unggulan, dsb)	Saudara, keluarga, promosi mulut ke mulut, teknologi (facebook)
7.		

Kuesioner Konsumen Usaha Mikro “Ummah”
Narasumber 2:

Kuesioner Penelitian UMKM Ummah

Nama : M. Jamil
Usia : 50 tahun
Posisi : Partner / pegawai

Isilah tabel di bawah sesuai dengan keadaan UMKM Ummah menurut Anda, dengan indikator sebagai berikut :

- Centang salah satu kolom berikut sesuai dengan kondisi UMKM Ummah.

1 = Sangat Tidak Baik (STB)
2 = Cukup Baik (CB)
3 = Baik (B)
4 = Sangat Baik (SB)

Internal Factor Analysis Summary (IFAS)

No.	Pernyataan	Bobot	STB	CB	B	SB
1.	UMKM “Ummah” dapat menyediakan berbagai macam produk untuk pelanggan.	4				✓
2.	UMKM “Ummah” memiliki citra atau kesan yang positif.	4				✓
3.	UMKM “Ummah” dapat membuat inovasi produk baru atau memodifikasi produk yang sudah ada.	4				✓
4.	UMKM “Ummah” memiliki produk andalan yang diminati konsumen.	4				✓
5.	UMKM “Ummah” memiliki keterampilan dalam mengelola produk yang ditawarkan.	4				✓
6.	UMKM “Ummah” memiliki modal yang besar untuk mengembangkan usahanya.	3		✓		
7.	UMKM “Ummah” memiliki sertifikasi yang terkait dengan produknya. (Misalnya P-IRT, BPOM, Halal)	3		✓		
8.	UMKM “Ummah” memiliki sumber daya manusia yang baik.	4	✓			
9.	UMKM “Ummah” memiliki sarana dan pra sarana yang menunjang kegiatan usahanya. (Misalnya peralatan, akses listrik, internet, dan air bersih)	4			✓	
10.	UMKM “Ummah” memiliki lokasi usaha yang mudah dijangkau konsumen.	4			✓	

External Factor Analysis Summary (EFAS)

No.	Pernyataan	Bobot	STB	CB	B	SB
1.	UMKM "Ummah" memiliki hubungan yang baik dengan supplier.	4				✓
2.	UMKM "Ummah" memiliki pelanggan tetap.	4				✓
3.	UMKM "Ummah" memiliki kualitas bahan baku yang bagus dari supplier.	4			✓	
4.	UMKM "Ummah" memiliki permintaan tinggi terhadap produk yang ditawarkan.	4				✓
5.	UMKM "Ummah" memiliki harga jual bersaing dengan kualitas yang baik.	4				✓
6.	UMKM "Ummah" memiliki pesaing dengan produk serupa.	4			✓	
7.	UMKM "Ummah" mengalami fluktuasi (naik-turun) harga bahan baku.	4				✓
8.	UMKM "Ummah" memanfaatkan teknologi baru untuk diterapkan di usahanya. (Misalnya alat otomatis, sistem pemesanan dan pemasaran online, atau menpolah data dengan teknologi digital)	4			✓	
9.	UMKM "Ummah" memiliki saluran distribusi yang beragam untuk menjangkau konsumen.	1		✓		
10.	UMKM "Ummah" berada pada lingkungan dengan pendapatan tinggi dan tingkat konsumsi tinggi	4		✓		

Narasumber 3:

Kuesioner Penelitian UMKM Ummah

Nama : Makiyyah
 Usia : 57
 Posisi : Partner Kerjasama

Isilah tabel di bawah sesuai dengan keadaan UMKM Ummah menurut Anda, dengan indikator sebagai berikut :

- Centang salah satu kolom berikut sesuai dengan kondisi UMKM Ummah.
 1 = Sangat Tidak Baik (STB)
 2 = Cukup Baik (CB)
 3 = Baik (B)
 4 = Sangat Baik (SB)

Internal Factor Analysis Summary (IFAS)

No.	Pernyataan	Bobot	STB	CB	B	SB
1.	UMKM "Ummah" dapat menyediakan berbagai macam produk untuk pelanggan.	4				✓
2.	UMKM "Ummah" memiliki citra atau kesan yang positif.	4				✓
3.	UMKM "Ummah" dapat membuat inovasi produk baru atau memodifikasi produk yang sudah ada.	4			✓	
4.	UMKM "Ummah" memiliki produk andalan yang diminati konsumen.	4				✓
5.	UMKM "Ummah" memiliki keterampilan dalam mengelola produk yang ditawarkan.	4			✓	
6.	UMKM "Ummah" memiliki modal yang besar untuk mengembangkan usahanya.	3			✓	
7.	UMKM "Ummah" memiliki sertifikasi yang terkait dengan produknya. (Misalnya P-IRT, BPOM, Halal)	3		✓		
8.	UMKM "Ummah" memiliki sumber daya manusia yang baik.	4		✓		
9.	UMKM "Ummah" memiliki sarana dan pra sarana yang menunjang kegiatan usahanya. (Misalnya peralatan, akses listrik, internet, dan air bersih)	4				✓
10.	UMKM "Ummah" memiliki lokasi usaha yang mudah dijangkau konsumen.	4			✓	

External Factor Analysis Summary (EFAS)

No.	Pernyataan	Bobot	STB	CB	B	SB
1.	UMKM "Ummah" memiliki hubungan yang baik dengan supplier.	4				✓
2.	UMKM "Ummah" memiliki pelanggan tetap.	4			✓	
3.	UMKM "Ummah" memiliki kualitas bahan baku yang bagus dari supplier.	4				✓
4.	UMKM "Ummah" memiliki permintaan tinggi terhadap produk yang ditawarkan.	4				✓
5.	UMKM "Ummah" memiliki harga jual bersaing dengan kualitas yang baik.	4			✓	
6.	UMKM "Ummah" memiliki pesaing dengan produk serupa.	4			✓	
7.	UMKM "Ummah" mengalami fluktuasi (naik-turun) harga bahan baku.	4			✓	✗
8.	UMKM "Ummah" memanfaatkan teknologi baru untuk diterapkan di usahanya. (Misalnya alat otomatis, sistem pemesanan dan pemasaran online, atau mengolah data dengan teknologi digital)	4				✓
9.	UMKM "Ummah" memiliki saluran distribusi yang beragam untuk menjangkau konsumen.	1	✓			
10.	UMKM "Ummah" berada pada lingkungan dengan pendapatan tinggi dan tingkat konsumsi tinggi	4		✓		

Narasumber 4:

Kuesioner Penelitian UMKM Ummah

Nama : Nur
Usia : 35 tahun
Posisi : Konsumen

Isilah tabel di bawah sesuai dengan keadaan UMKM Ummah menurut Anda, dengan indikator sebagai berikut :

- Centang salah satu kolom berikut sesuai dengan kondisi UMKM Ummah.
1 = Sangat Tidak Baik (STB)
2 = Cukup Baik (CB)
3 = Baik (B)
4 = Sangat Baik (SB)

Internal Factor Analysis Summary (IFAS)

No.	Pernyataan	Bobot	STB	CB	B	SB
1.	UMKM "Ummah" dapat menyediakan berbagai macam produk untuk pelanggan.	4			✓	
2.	UMKM "Ummah" memiliki citra atau kesan yang positif.	4				✓
3.	UMKM "Ummah" dapat membuat inovasi produk baru atau memodifikasi produk yang sudah ada.	4			✓	
4.	UMKM "Ummah" memiliki produk andalan yang diminati konsumen.	4				✓
5.	UMKM "Ummah" memiliki keterampilan dalam mengelola produk yang ditawarkan.	4				✓
6.	UMKM "Ummah" memiliki modal yang besar untuk mengembangkan usahanya.	3			✓	
7.	UMKM "Ummah" memiliki sertifikasi yang terkait dengan produknya. (Misalnya P-IRT, BPOM, Halal)	3	✓			
8.	UMKM "Ummah" memiliki sumber daya manusia yang baik.	4				✓
9.	UMKM "Ummah" memiliki sarana dan pra sarana yang menunjang kegiatan usahanya. (Misalnya peralatan, akses listrik, internet, dan air bersih)	4			✓	
10.	UMKM "Ummah" memiliki lokasi usaha yang mudah dijangkau konsumen.	4		✓		

External Factor Analysis Summary (EFAS)

No.	Pernyataan	Bobot	STB	CB	B	SB
1.	UMKM "Ummah" memiliki hubungan yang baik dengan supplier.	4			✓	
2.	UMKM "Ummah" memiliki pelanggan tetap.	4				✓
3.	UMKM "Ummah" memiliki kualitas bahan baku yang bagus dari supplier.	4				✓
4.	UMKM "Ummah" memiliki permintaan tinggi terhadap produk yang ditawarkan.	4			✓	
5.	UMKM "Ummah" memiliki harga jual bersaing dengan kualitas yang baik.	4				✓
6.	UMKM "Ummah" memiliki pesaing dengan produk serupa.	4				✓
7.	UMKM "Ummah" mengalami fluktuasi (naik-turun) harga bahan baku.	4			✓	
8.	UMKM "Ummah" memanfaatkan teknologi baru untuk diterapkan di usahanya. (Misalnya alat otomatis, sistem pemesanan dan pemasaran online, atau mengolah data dengan teknologi digital)	4			✓	
9.	UMKM "Ummah" memiliki saluran distribusi yang beragam untuk menjangkau konsumen.	1	✓			
10.	UMKM "Ummah" berada pada lingkungan dengan pendapatan tinggi dan tingkat konsumsi tinggi	4		✓		

Narasumber 5:

Kuesioner Penelitian UMKM Ummah

Nama : Fitri
Usia : 27 tahun
Posisi : Konsumen

Isilah tabel di bawah sesuai dengan keadaan UMKM Ummah menurut Anda, dengan indikator sebagai berikut :

- Centang salah satu kolom berikut sesuai dengan kondisi UMKM Ummah.
1 = Sangat Tidak Baik (STB)
2 = Cukup Baik (CB)
3 = Baik (B)
4 = Sangat Baik (SB)

Internal Factor Analysis Summary (IFAS)

No.	Pernyataan	Bobot	STB	CB	B	SB
1.	UMKM "Ummah" dapat menyediakan berbagai macam produk untuk pelanggan.	4		✓		
2.	UMKM "Ummah" memiliki citra atau kesan yang positif.	4			✓	
3.	UMKM "Ummah" dapat membuat inovasi produk baru atau memodifikasi produk yang sudah ada.	4				✓
4.	UMKM "Ummah" memiliki produk andalan yang diminati konsumen.	4			✓	
5.	UMKM "Ummah" memiliki keterampilan dalam mengelola produk yang ditawarkan.	4				✓
6.	UMKM "Ummah" memiliki modal yang besar untuk mengembangkan usahanya.	3		✓		
7.	UMKM "Ummah" memiliki sertifikasi yang terkait dengan produknya. (Misalnya P-IRT, BPOM, Halal)	3	✓			
8.	UMKM "Ummah" memiliki sumber daya manusia yang baik.	4			✓	
9.	UMKM "Ummah" memiliki sarana dan pra sarana yang menunjang kegiatan usahanya. (Misalnya peralatan, akses listrik, internet, dan air bersih)	4			✓	
10.	UMKM "Ummah" memiliki lokasi usaha yang mudah dijangkau konsumen.	4	✓			

External Factor Analysis Summary (EFAS)

No.	Pernyataan	Bobot	STB	CB	B	SB
1.	UMKM "Ummah" memiliki hubungan yang baik dengan supplier.	4			✓	
2.	UMKM "Ummah" memiliki pelanggan tetap.	4			✓	
3.	UMKM "Ummah" memiliki kualitas bahan baku yang bagus dari supplier.	4			✓	
4.	UMKM "Ummah" memiliki permintaan tinggi terhadap produk yang ditawarkan.	4		✓		
5.	UMKM "Ummah" memiliki harga jual bersaing dengan kualitas yang baik.	4				✓
6.	UMKM "Ummah" memiliki pesaing dengan produk serupa.	4		✓		
7.	UMKM "Ummah" mengalami fluktuasi (naik-turun) harga bahan baku.	4			✓	
8.	UMKM "Ummah" memanfaatkan teknologi baru untuk diterapkan di usahanya. (Misalnya alat otomatis, sistem pemesanan dan pemasaran online, atau mengolah data dengan teknologi digital)	4		✓		
9.	UMKM "Ummah" memiliki saluran distribusi yang beragam untuk menjangkau konsumen.	1		✓		
10.	UMKM "Ummah" berada pada lingkungan dengan pendapatan tinggi dan tingkat koeksistensi tinggi	4	✓			

Narasumber 6:

Kuesioner Penelitian UMKM Ummah

Nama : Herman
Usia : 30 tahun
Posisi : Kontumen

Isilah tabel di bawah sesuai dengan keadaan UMKM Ummah menurut Anda, dengan indikator sebagai berikut :

- Centang salah satu kolom berikut sesuai dengan kondisi UMKM Ummah.
1 = Sangat Tidak Baik (STB)
2 = Cukup Baik (CB)
3 = Baik (B)
4 = Sangat Baik (SB)

Internal Factor Analysis Summary (IFAS)

No.	Pernyataan	Bobot	STB	CB	B	SB
1.	UMKM "Ummah" dapat menyediakan berbagai macam produk untuk pelanggan.	4				✓
2.	UMKM "Ummah" memiliki citra atau kesan yang positif.	4				✓
3.	UMKM "Ummah" dapat membuat inovasi produk baru atau memodifikasi produk yang sudah ada.	4				✓
4.	UMKM "Ummah" memiliki produk andalan yang diminati konsumen.	4				✓
5.	UMKM "Ummah" memiliki keterampilan dalam mengelola produk yang ditawarkan.	4				✓
6.	UMKM "Ummah" memiliki modal yang besar untuk mengembangkan usahanya.	3				✓
7.	UMKM "Ummah" memiliki sertifikasi yang terkait dengan produknya. (Misalnya P-IRT, BPOM, Halal)	3			✓	
8.	UMKM "Ummah" memiliki sumber daya manusia yang baik.	4				✓
9.	UMKM "Ummah" memiliki sarana dan pra sarana yang menunjang kegiatan usahanya. (Misalnya peralatan, akses listrik, internet, dan air bersih)	4				✓
10.	UMKM "Ummah" memiliki lokasi usaha yang mudah dijangkau konsumen.	4			✓	

External Factor Analysis Summary (EFAS)

No.	Pernyataan	Bobot	STB	CB	B	SB
1.	UMKM "Ummah" memiliki hubungan yang baik dengan supplier.	4			✓	
2.	UMKM "Ummah" memiliki pelanggan tetap.	4				✓
3.	UMKM "Ummah" memiliki kualitas bahan baku yang bagus dari supplier.	4				✓
4.	UMKM "Ummah" memiliki permintaan tinggi terhadap produk yang ditawarkan.	4				✓
5.	UMKM "Ummah" memiliki harga jual bersaing dengan kualitas yang baik.	4				✓
6.	UMKM "Ummah" memiliki pesaing dengan produk serupa.	4			✓	
7.	UMKM "Ummah" mengalami fluktuasi (naik-turun) harga bahan baku.	4				✓
8.	UMKM "Ummah" memanfaatkan teknologi baru untuk diterapkan di usahanya. (Misalnya alat otomatis, sistem pemesanan dan pemasaran online, atau mengolah data dengan teknologi digital)	4			✓	
9.	UMKM "Ummah" memiliki saluran distribusi yang beragam untuk menjangkau konsumen.	1		✓		
10.	UMKM "Ummah" berada pada lingkungan dengan pendapatan tinggi dan tingkat konsumsi tinggi	4				✓

Narasumber 7:

Kuesioner Penelitian UMKM Ummah

Nama : Lia
 Usia : 23 tahun
 Posisi : konsumen

Isilah tabel di bawah sesuai dengan keadaan UMKM Ummah menurut Anda, dengan indikator sebagai berikut :

- Centang salah satu kolom berikut sesuai dengan kondisi UMKM Ummah.
- 1 = Sangat Tidak Baik (STB)
 2 = Cukup Baik (CB)
 3 = Baik (B)
 4 = Sangat Baik (SB)

Internal Factor Analysis Summary (IFAS)

No.	Pernyataan	Bobot	STB	CB	B	SB
1.	UMKM "Ummah" dapat menyediakan berbagai macam produk untuk pelanggan.	4			✓	
2.	UMKM "Ummah" memiliki citra atau kesan yang positif.	4			✓	
3.	UMKM "Ummah" dapat membuat inovasi produk baru atau memodifikasi produk yang sudah ada.	4			✓	
4.	UMKM "Ummah" memiliki produk andalan yang diminati konsumen.	4			✓	
5.	UMKM "Ummah" memiliki keterampilan dalam mengelola produk yang ditawarkan.	4				✓
6.	UMKM "Ummah" memiliki modal yang besar untuk mengembangkan usahanya.	3			✓	
7.	UMKM "Ummah" memiliki sertifikasi yang terkait dengan produknya. (Misalnya P-IRT, BPOM, Halal)	3	✓			
8.	UMKM "Ummah" memiliki sumber daya manusia yang baik.	4		✓		
9.	UMKM "Ummah" memiliki sarana dan pra sarana yang menunjang kegiatan usahanya. (Misalnya peralatan, akses listrik, internet, dan air bersih)	4			✓	
10.	UMKM "Ummah" memiliki lokasi usaha yang mudah dijangkau konsumen.	4	✓			

External Factor Analysis Summary (EFAS)

No.	Pernyataan	Bobot	STB	CB	B	SB
1.	UMKM "Ummah" memiliki hubungan yang baik dengan supplier.	4			✓	
2.	UMKM "Ummah" memiliki pelanggan tetap.	4			✓	
3.	UMKM "Ummah" memiliki kualitas bahan baku yang bagus dari supplier.	4				✓
4.	UMKM "Ummah" memiliki permintaan tinggi terhadap produk yang ditawarkan.	4			✓	
5.	UMKM "Ummah" memiliki harga jual bersaing dengan kualitas yang baik.	4				✓
6.	UMKM "Ummah" memiliki pesaing dengan produk serupa.	4			✓	
7.	UMKM "Ummah" mengalami fluktuasi (naik-turun) harga bahan baku.	4			✓	
8.	UMKM "Ummah" memanfaatkan teknologi baru untuk diterapkan di usahanya. (Misalnya alat otomatis, sistem pemesanan dan pemasaran online, atau mengolah data dengan teknologi digital)	4		✓		
9.	UMKM "Ummah" memiliki saluran distribusi yang beragam untuk menjangkau konsumen.	1	✓			
10.	UMKM "Ummah" berada pada lingkungan dengan pendapatan tinggi dan tingkat konsumsi tinggi	4			✓	

Narasumber 8:

Kuesioner Penelitian UMKM Ummah

Nama : Rochmah
Usia : 33 tahun
Posisi : Konsumenten

Isilah tabel di bawah sesuai dengan keadaan UMKM Ummah menurut Anda, dengan indikator sebagai berikut :

- Centang salah satu kolom berikut sesuai dengan kondisi UMKM Ummah.
1 = Sangat Tidak Baik (STB)
2 = Cukup Baik (CB)
3 = Baik (B)
4 = Sangat Baik (SB)

Internal Factor Analysis Summary (IFAS)

No.	Pernyataan	Bobot	STB	CB	B	SB
1.	UMKM "Ummah" dapat menyediakan berbagai macam produk untuk pelanggan.	4				✓
2.	UMKM "Ummah" memiliki citra atau kesan yang positif.	4				✓
3.	UMKM "Ummah" dapat membuat inovasi produk baru atau memodifikasi produk yang sudah ada.	4				✓
4.	UMKM "Ummah" memiliki produk andalan yang diminati konsumen.	4			✓	
5.	UMKM "Ummah" memiliki keterampilan dalam mengelola produk yang ditawarkan.	4			✓	
6.	UMKM "Ummah" memiliki modal yang besar untuk mengembangkan usahanya.	3			✓	
7.	UMKM "Ummah" memiliki sertifikasi yang terkait dengan produknya. (Misalnya P-IRT, BPOM, Halal)	3	✓			
8.	UMKM "Ummah" memiliki sumber daya manusia yang baik.	4			✓	
9.	UMKM "Ummah" memiliki sarana dan pra sarana yang menunjang kegiatan usahanya. (Misalnya peralatan, akses listrik, internet, dan air bersih)	4			✓	
10.	UMKM "Ummah" memiliki lokasi usaha yang mudah dijangkau konsumen.	4		✓		

External Factor Analysis Summary (EFAS)

No.	Pernyataan	Bobot	STB	CB	B	SB
1.	UMKM "Ummah" memiliki hubungan yang baik dengan supplier.	4			✓	
2.	UMKM "Ummah" memiliki pelanggan tetap.	4			✓	
3.	UMKM "Ummah" memiliki kualitas bahan baku yang bagus dari supplier.	4				✓
4.	UMKM "Ummah" memiliki permintaan tinggi terhadap produk yang ditawarkan.	4			✓	
5.	UMKM "Ummah" memiliki harga jual bersaing dengan kualitas yang baik.	4			✓	
6.	UMKM "Ummah" memiliki pesaing dengan produk serupa.	4				✓
7.	UMKM "Ummah" mengalami fluktuasi (naik-turun) harga bahan baku.	4			✓	
8.	UMKM "Ummah" memanfaatkan teknologi baru untuk diterapkan di usahanya. (Misalnya alat otomatis, sistem pemesanan dan pemasaran online, atau mengolah data dengan teknologi digital)	4		✓		
9.	UMKM "Ummah" memiliki saluran distribusi yang beragam untuk menjangkau konsumen.	1	✓			
10.	UMKM "Ummah" berada pada lingkungan dengan pendapatan tinggi dan tingkat konsumsi tinggi	4				✓

Lampiran 4: Kuesioner QSPM

KUESIONER QSPM UMKM UMMAH

Berilah nilai strategi bisnis di bawah ini sesuai dengan ketertarikan untuk mengaplikasikannya pada usaha Anda dengan mempertimbangkan faktor-faktor yang ada. Indikator nilai yang digunakan adalah sebagai berikut :

- 1 = Tidak menarik
- 2 = Agak menarik
- 3 = Secara logis menarik
- 4 = Sangat menarik

Strategi S-Q

No	Faktor	Strategi		
		Pemasaran intensif	Kerjasama supplier	Pengembangan produk pada pasar baru
	Kekuatan			
1	Diversifikasi produk	3	3	3
2	Citra positif	3	3	3
3	Inovasi produk baru atau memodifikasi produk yang sudah ada	2	3	3
4	Produk andalan yang diminati konsumen	3	3	2
5	Keterampilan dalam mengelola produk yang ditawarkan.	2	2	3
	Kelemahan			
1	Modal terbatas	1	1	1
2	Tidak memiliki sertifikasi produk (Misalnya P-IRT, BPOM, Halal)	1	2	1
3	Kurangnya sumber daya manusia	1	3	1
4	Kurangnya sarana dan pra sarana yang menunjang kegiatan usahanya. (Misalnya peralatan, akses listrik, internet, dan air bersih)	3	3	2
5	Lokasi kurang strategis, belum ada toko fisik.	2	2	2
	Peluang			
1	Hubungan baik dengan supplier.	3	3	3
2	Memiliki pelanggan tetap.	4	3	2
3	Kualitas bahan baku yang bagus dari supplier.	3	3	3
4	Permintaan tinggi terhadap produk yang ditawarkan.	4	3	3
5	Harga jual bersaing dengan kualitas yang baik.	3	4	3
	Ancaman			

1

1	Adanya pesaing dengan produk serupa	2	2	1
2	Mengalami fluktuasi (naik-turun) harga bahan baku	2	3	2
3	Kurang memanfaatkan teknologi.	2	2	2
4	Saluran distribusi terbatas	1	2	1
5	Berada pada lingkungan dengan pendapatan tinggi tetapi tingkat konsumsi rendah	2	3	3

Strategi W-O

No	Faktor	Strategi		
		Mendaftar Sertifikasi	Negosiasi kredit dengan supplier	Sistem DP min. 50%
Kekuatan				
1	Diversifikasi produk	2	3	3
2	Citra positif	3	3	3
3	Inovasi produk baru atau memodifikasi produk yang sudah ada	2	3	2
4	Produk andalan yang diminati konsumen	3	3	3
5	Keterampilan dalam mengelola produk yang ditawarkan.	3	3	3
Kelemahan				
1	Modal terbatas	2	4	4
2	Tidak memiliki sertifikasi produk (Misalnya P-IRT, BPOM, Halal)	4	2	2
3	Kurangnya sumber daya manusia	2	3	2
4	Kurangnya sarana dan pra sarana yang menunjang kegiatan usahanya. (Misalnya peralatan, akses listrik, internet, dan air bersih)	2	3	3
5	Lokasi kurang strategis, belum ada toko fisik.	2	3	2
Peluang				
1	Hubungan baik dengan supplier.	2	4	3
2	Memiliki pelanggan tetap.	4	3	4
3	Kualitas bahan baku yang bagus dari supplier.	3	4	3
4	Permintaan tinggi terhadap produk yang ditawarkan.	4	3	4
5	Harga jual bersaing dengan kualitas yang baik.	2	4	3
Ancaman				
1	Adanya pesaing dengan produk serupa	4	4	3
2	Mengalami fluktuasi (naik-turun) harga bahan baku	3	4	3
3	Kurang memanfaatkan teknologi.	3	2	2
4	Saluran distribusi terbatas	3	2	2

2

5	Berada pada lingkungan dengan pendapatan tinggi tetapi tingkat konsumsi rendah	3	2	3
---	--	---	---	---

Strategi S-T

No	Faktor	Strategi		
		Konsistensi kualitas dan pelayanan	Memperluas pasar melalui media digital	Sistem reseller
Kekuatan				
1	Diversifikasi produk	3	3	3
2	Citra positif	4	3	3
3	Inovasi produk baru atau memodifikasi produk yang sudah ada	3	2	3
4	Produk andalan yang diminati konsumen	3	3	3
5	Keterampilan dalam mengelola produk yang ditawarkan.	4	2	3
Kelemahan				
1	Modal terbatas	3	1	4
2	Tidak memiliki sertifikasi produk (Misalnya P-IRT, BPOM, Halal)	2	1	2
3	Kurangnya sumber daya manusia	2	1	1
4	Kurangnya sarana dan pra sarana yang menunjang kegiatan usahanya. (Misalnya peralatan, akses listrik, internet, dan air bersih)	2	2	2
5	Lokasi kurang strategis, belum ada toko fisik.	2	3	4
Peluang				
1	Hubungan baik dengan supplier.	3	2	3
2	Memiliki pelanggan tetap.	3	3	3
3	Kualitas bahan baku yang bagus dari supplier.	4	2	3
4	Permintaan tinggi terhadap produk yang ditawarkan.	3	3	3
5	Harga jual bersaing dengan kualitas yang baik.	3	3	2
Ancaman				
1	Adanya pesaing dengan produk serupa	4	4	3
2	Mengalami fluktuasi (naik-turun) harga bahan baku	1	2	2
3	Kurang memanfaatkan teknologi.	2	1	2
4	Saluran distribusi terbatas	2	2	4
5	Berada pada lingkungan dengan pendapatan tinggi tetapi tingkat konsumsi rendah	2	2	2

3

Strategi W:T

No	Faktor	Strategi		
		Peningkatan interaksi di media sosial	Manajemen bahan baku	Kerjasama dengan produsen substitusi
Kekuatan				
1	Diversifikasi produk	2	4	4
2	Citra positif	4	3	3
3	Inovasi produk baru atau memodifikasi produk yang sudah ada	3	4	2
4	Produk andalan yang diminati konsumen	3	3	2
5	Keterampilan dalam mengelola produk yang ditawarkan.	3	4	3
Kelemahan				
1	Modal terbatas	2	4	4
2	Tidak memiliki sertifikasi produk (Misalnya P-IRT, BPOM, Halal)	2	3	2
3	Kurangnya sumber daya manusia	2	3	4
4	Kurangnya sarana dan pra sarana yang menunjang kegiatan usahanya. (Misalnya peralatan, akses listrik, internet, dan air bersih)	3	2	3
5	Lokasi kurang strategis, belum ada toko fisik.	3	2	3
Peluang				
1	Hubungan baik dengan supplier.	2	3	2
2	Memiliki pelanggan tetap.	3	2	2
3	Kualitas bahan baku yang bagus dari supplier.	2	3	2
4	Permintaan tinggi terhadap produk yang ditawarkan.	3	3	4
5	Harga jual bersaing dengan kualitas yang baik.	3	3	1
Ancaman				
1	Adanya pesaing dengan produk serupa	4	2	1
2	Mengalami fluktuasi (naik-turun) harga bahan baku	2	3	2
3	Kurang memanfaatkan teknologi.	2	2	3
4	Saluran distribusi terbatas	4	2	2
5	Berada pada lingkungan dengan pendapatan tinggi tetapi tingkat konsumsi rendah	3	3	2

4

Lampiran 5: Kuesioner Pesaing

Kuesioner Penelitian Penentuan Strategi Bisnis UMKM

Nama : Panca Ayu Irma S

Nama UMKM: End Aot Dapur Mami

Tanggal berdiri: 2017

Alamat : Ds. Bundaran Gg Nanas RT 3 RW 3

Isilah tabel di bawah sesuai dengan keadaan UMKM yang Anda jalankan, dengan indikator sebagai berikut :

- Berilah bobot/nilai pada kolom bobot dengan angka 1-5 sesuai dengan seberapa penting pernyataan di bawah terhadap UMKM yang Anda jalankan.
- Centang salah satu kolom berikut sesuai dengan kondisi UMKM Anda.

- 1 = Sangat Tidak Baik (STB)
- 2 = Cukup Baik (CB)
- 3 = Baik (B)
- 4 = Sangat Baik (SB)

Internal Factor Analysis Summary (IFAS)

No.	Pernyataan	Bobot	STB	CB	B	SB
1.	Suatu usaha/UMKM dapat menyediakan berbagai macam produk untuk pelanggan.	4				✓
2.	Suatu usaha/UMKM memiliki citra atau kesan yang positif.	4				✓
3.	Suatu usaha/UMKM dapat membuat inovasi produk baru atau memodifikasi produk yang sudah ada.	4				✓
4.	Suatu usaha/UMKM memiliki produk andalan yang diminati konsumen.	4				✓
5.	Suatu usaha/UMKM memiliki keterampilan dalam mengelola produk yang ditawarkan.	4				✓
6.	Suatu usaha/UMKM memiliki modal yang besar untuk mengembangkan usahanya.	3		✓		
7.	Suatu usaha/UMKM memiliki sertifikasi yang terkait dengan produknya. (Misalnya P-IRT, BPOM, Halal)	3				✓
8.	Suatu usaha/UMKM memiliki sumber daya manusia yang baik.	4				✓

9.	Suatu usaha/UMKM memiliki sarana dan pra sarana yang menunjang kegiatan usahanya. (Misalnya peralatan, akses listrik, internet, dan air bersih)	4				✓
10.	Suatu usaha/UMKM memiliki lokasi usaha yang mudah dijangkau konsumen.	4				✓

External Factor Analysis Summary (EFAS)

No.	Pernyataan	Bobot	STB	CB	B	SB
1.	Suatu usaha/UMKM memiliki hubungan yang baik dengan supplier.	4				✓
2.	Suatu usaha/UMKM memiliki pelanggan tetap.	4				✓
3.	Suatu usaha/UMKM memiliki kualitas bahan baku yang bagus dari supplier.	4				✓
4.	Suatu usaha/UMKM memiliki permintaan tinggi terhadap produk yang ditawarkan.	4				✓
5.	Suatu usaha/UMKM memiliki harga jual bersaing dengan kualitas yang baik.	4				✓
6.	Suatu usaha/UMKM memiliki pesaing dengan produk serupa.	4			✓	
7.	Suatu usaha/UMKM mengalami fluktuasi (naik-turun) harga bahan baku.	4				✓
8.	Suatu usaha/UMKM memanfaatkan teknologi baru untuk diterapkan di usahanya. (Misalnya alat otomatis, sistem pemesanan dan pemasaran online, atau mengolah data dengan teknologi digital)	4		✓		
9.	Suatu usaha/UMKM memiliki saluran distribusi yang beragam untuk menjangkau konsumen.	4		✓		
10.	Suatu usaha/UMKM berada pada lingkungan dengan pendapatan tinggi dan tingkat konsumsi tinggi	4		✓		

Daftar Pertanyaan Wawancara

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Latar belakang mendirikan usaha	Konsep bisnis
2.	Tujuan yang ingin dicapai ke depan	Ingin memperbaiki toko seperti cafe
3.	Hambatan yang pernah dialami	Bukan packaging yang kurang memadai
4.	Keunggulan produk dari pesaing	Rasa, kualitas, harga market, packaging, tampilan desain dan rapih
5.	Hal yang ingin diubah atau diperbaiki	Partner yang cocok
6.	Lingkungan yang paling berpengaruh (koneksi luas/tempat strategis/produk unggulan, dsb)	teknologi facebook marketing
7.		

Lampiran 6: Berita Acara Bimbingan Skripsi



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Sumatera 101 GKB Gresik, Telp 0813324 6789

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Penyaji : Amaliyah Zahrotul Ikhsani
 N IM : 200304004
 Program Studi : Kewirausahaan
 Alamat / Tlp : Manyar - Gresik
 082234218499
 Judul Skripsi : Penentuan Strategi Bisnis Melalui Analisis SWOT pada UMKM "Ummah" dalam Menghadapi Persaingan

Pembimbing I : Vembri Aulia Rahmi, S.E., MM
 Pembimbing II : -
 Konsultasi: -

Tanggal	Paraf Pembimbing		KETERANGAN
	I	II	
12-10-2023			Pengajuan judul
1-11-2023			Pengajuan bab 1-3
7-1-2024			Revisi pertama (salar belakang, rumusan masalah, format penulisan, metode penelitian, dan penambahan referensi)
13-1-2024			Pengajuan 001% , revisi kedua (Judul, abstrak , jumlah penelitian pendahuluan, metode penelitian, dan penambahan referensi), pengajuan revisi
15-1-2024			Revisi ketiga (Judul, uraian penelitian pendahuluan, penambahan referensi)
20-1-2024			Pengajuan revisi , ACC bab 1-3
20-12-2023			Pengajuan bab 4 dan 5
25-12-2023			Revisi bab 4 dan 5 (abstrak, format penulisan, perubahan tabel, rumusan)
27-12-2023			Revisi bab 4 dan 5 (penambahan referensi)
28-12-2023			-Revisi bab 4 dan 5 (penulisan, spasi) - ACC bab 4 dan 5

Tanggal Pengajuan : 12 Oktober 2023
 Batas Akhir Bimbingan :
 Selesai Penulisan :
 Tanggal Diujikan :

Prof. Kewirausahaan

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Vembri Aulia Rahmi, S.E., M.M

Vembri Aulia Rahmi, S.E., MM

:

Lampiran 7: Berita Acara Ujian Skripsi

 **PRODI KEWIRAUSAHAAN**
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK



BERITA ACARA UJIAN SIDANG SKRIPSI
SEMESTER GASAL 2023/2024
Nomer : 003/II.3.UMG/Kewirausahaan/E/2024

Pada hari ini **Kamis, Tanggal 04 Januari 2024**, pukul **14.00 - 15.30**. Telah dilaksanakan Ujian Sidang Skripsi
Pada Mahasiswa :

Nama Mahasiswa : **Amaliyah Zahrotul Ikhani**
NIM : **200304004**
Judul Skripsi : **Analisis SWOT dan QSPM pada Pengembangan Bisnis Kuliner "Ummah"**

Pembimbing Utama : **Vembri Aulia Rahmi, S.E., MM**
Pembimbing Pendamping : **-**
Ketua Penguji : **Aries Kumiawan, SE., M.Hum**
Anggota Penguji : **Hadri Ismanto, SE., MM**

No	Nama Penguji	Jabatan	Jabatan Penguji	Tanda/Tangan
1	Vembri Aulia Rahmi, S.E., MM	Pembimbing Utama	Ketua	
2	-	Pembimbing Pendamping	Sekretaris	
3	Aries Kumiawan, SE., M.Hum	Ketua Penguji	Anggota	
4	Hadri Ismanto, SE., MM	Anggota Penguji	Anggota	

Berdasarkan hasil Ujian Sidang Skripsi yang telah dilakukan di depan penguji dinyatakan :
Lulus (Diterima / Diterima dengan Perbaikan) atau Mengulang atau Tidak Lulus*)

 **Vembri Aulia Rahmi, S.E., MM**
Ketua Tim Penguji

Gresik, 04 Januari 2024,
Ketua Tim Penguji,

Vembri Aulia Rahmi, S.E., MM

Catatan :
*) Coret yang tidak perlu

Jl. Sumbere 101 Gresik Kota Baru (GKB) Gresik, 61121 Telp: (031) 3951414, Fax: (031) 3962885 Website: <http://www.umg.ac.id>, Email: info@umg.ac.id

Scanned with CamScanner

Lampiran 8: Lembar Persetujuan Revisi



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Sumatera 101 GKB Gresik, Telp 0813324 6789

PERSETUJUAN REVISI SKRIPSI

Setelah kami teliti perbaikan revisi skripsi :


Nama : Amaliyah Zahrotul Ikhsani
NIM : 200304004
Program Studi : Kewirausahaan
Judul Skripsi : Analisis SWOT dan QSPM pada Pengembangan Bisnis Kuliner "Ummah"

Kami penguji dapat menyetujui perbaikan revisi skripsi tersebut.

Nama Penguji	Tanda tangan persetujuan penguji	Tanggal Persetujuan
1. Vembri Aulis Rahmi, S.E., MM 1.		1 4/1/2024
2. -	2	2
3. Arles Kurniawan, SE., M.Hum 3		3 11-01-2024
4. Hadi Ismanto, SE., MM		4 01-01-2024

Catatan :
Setiap mahasiswa/wi mengisi rangkap 2 (dua)

Lampiran 9: Daftar Perbaikan Skripsi



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Sumatera 101 GKB Gresik, Telp 0813324 6789

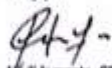
DAFTAR PERBAIKAN SKRIPSI UJIAN TINGKAT SARJANA (S-1)
SEMESTER GASAL 2023/2024

Nama Peserta	Amalyah Zahrotul Ikhani
NIM	200304004
Program Studi	Kewirausahaan
Hari / Tanggal	Kamis, 04 Januari 2024
Penguji I	Hadi Imananto, SE., MM

No.	Uraian	Halaman
1.	Diperjelas terkait <i>Obj Subjekt</i> Penelitian <i>ACC</i>	23

Keterangan:

- Lembaran ini mohon dibawa dan ditunjukkan kepada dosen pembimbing saat melakukan perbaikan dan pengesahan berkas proposal / skripsi yang telah direvisi.
- Waktu perbaikan maksimal 1 (satu) bulan, Sejak dilakukan ujian.

Mengetahui,
Penguji II

Hadi Imananto, SE., MM

CS Scanned with CamScanner



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Sumatera 101 GKB Gresik, Telp 0813324 6789

DAFTAR PERBAIKAN SKRIPSI UJIAN TINGKAT SARJANA (S-1)
SEMESTER GASAL 2023/2024

Nama Penyaji : Amaliyah Zahrotul Ikhani
NIM : 200304004
Program Studi : Kewirausahaan
Hari / Tanggal : Kamis, 04 Januari 2024
Penguji : Arles Kurniawan, SE., M.Hum

No	Uraian	Halaman
1	kelembagaan Rekrutur. teorinya dibuktikan dynamic Capabilities- - dari kapasitas Dinamis - MBV → Resource Core Value → Acc Penuhi Ujian skripsi 10/01/2024	18.

- Keterangan :
1. Lembaran ini mohon dibawa dan ditunjukkan kepada dosen pembimbing saat melakukan perbaikan dan pengesahan berkas proposal / skripsi yang telah direvisi.
 2. Waktu perbaikan maksimal 1 (satu) bulan, Sejak dilakukan ujian.

Mengetahui,
Penguji

Arles Kurniawan, SE., M.Hum




UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl.Sumatera 101 GKB Gresik, Telp 0813324 6789

DAFTAR PERBAIKAN SKRIPSI UJIAN TINGKAT SARJANA (S-1)
SEMESTER GASAL 2023/2024

Nama Penyaji : Amaliyah Zahrotul Ikhani
NIM : 200304004
Program Studi : Kewirausahaan
Hari / Tanggal : Kamis, 04 Januari 2024
Pembimbing I : Vembri Aulia Rahmi, S.E., MM

No.	Uraian	Halaman
1.	Pembahasan : tidak menyebut lagi angka	A.C

- Keterangan:**
- Lembaran ini mohon dibawa dan ditunjukkan kepada dosen pembimbing saat melakukan perbaikan dan pengesahan berkas proposal / skripsi yang telah direvisi.
 - Waktu perbaikan maksimal 1 (satu) bulan, Sejak dilakukan ujian.

Mengetahui
Pembimbing

Vembri Aulia Rahmi, S.E., MM

Lampiran 10: Lembar Persetujuan Publikasi Jurnal dan Artikel

JAM : Jurnal Adijaya Multidisiplin
ISSN: 2964-7606
Open Access: <http://e-journal.naurendigiton.com/index.php/jam/index>



Letter of Acceptance

Jakarta, 10 Januari 2024

Author : **Amaliyah Zahrotul Ikhsani, Vembri Aulia Rahmi**

Dengan Hormat,

Terima kasih kami sampaikan telah mengirimkan artikel untuk dipublish di JAM: Jurnal Adijaya Multidisiplin dengan judul:

Analisis SWOT dan QSPM Pada Pengembangan Bisnis Kuliner "Ummah"

Berdasarkan hasil review, dengan ini kami menyatakan artikel anda DITERIMA dan akan diterbitkan pada Volume 1, Number 06, Periode Januari 2024.

Artikel dapat dilihat secara online <http://e-journal.naurendigiton.com/index.php/jam/index>

Demikian informasi ini disampaikan, dan atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Best regards

Umban Adi Jaya
Editor in Chief

Indexed :

