

DAFTAR PUSTAKA

- Afrillita, N. (2013). ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN SEPEDA MONTOR PADA PT. SAMEKARINDO INDAH DI SAMARINDA. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1 (1): 56-57.
- Asiyah, D. N. (2017). ANALISIS SWOT TAHUN 2017 SEBAGAI MENETAPKAN STRATEGI TAHUN 2008-2020 PADA PT. ASFIYAK GRAHA MEDIKA. *Simki-economi*, 01 No 05.
- Gonibala, N. (2019). ANALISIS PENGARUH MODAL DAN BIAYA PRODUKSI TERHADAP PENDAPATAN UMKM DI KOTA MOBAGU. *19 No 1*.
- Handayani, R. (2017). ANALISIS PERAN PERBANKAN PERLUASAN PASAR DAN QUALITY KONTROL DALAM UPAYA MENGEMBANGKAN UMKM BERDAYA SAING STUDI KASUS UMKM di Kecamatan Medan Denai Kota Medan. *jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 17 No 2.
- Hardiyanto, A. (2018). ANALISIS STRATEGI PEMBANGUNAN DESA WISATA DI SENTRA PENGRAJIN KERIS. *Jurnal Opsi*, 11 NO 1.
- Hidayat, R. (Maret 2018). ANALISI SWOT SEBAGAI DASAR KEPUTUSAN STRATEGI PEMASARAN PADA PERUSAHAAN SERVER PULSA DI KOTA BATAM (STUDI KASUS PADA CV. STAR PRATAMA). *Journal Of Applied Business Administration*, 3 No 1.
- Lehtine, N. (2017). IMPROVING THE NATIONAL STRATEGIC MARKETING ANALYSIS. *Journal Bachelor's thesis Business Management*.
- Sadat, A. (2018). COMPETITIVE ADVANTAGE AND ITS IMPACTON NEW PRODUCT DEVELOPMENT STRATEGY (CASE STUDY : TOOS NIRRO TECHINICAL FIRM). *Journal Open Innov Techuol Mark*.
- Sanjaya, D. A. (n.d.). SWOT ANALYSIS AS STRATEGI TO IMPROVE COMPETITIVENESS OF DURIAN PANCAKE MEDIUM ENTERPRISES. *Journal Online Jaringan Cot Polipd*.
- Shapoval, Y. (2017). THE MARKETING ROLE IN IMPROVING THE COMPETITIVENESS OF THE REGION. *Journal Of Economic Studies*, 3 No 4.

- Soiohumaniora, M. R. (2017). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH DALAM PENGUATAN EKONOMI KERAKYATAN (Studi Kasus Pada Usaha Roti Maros Di Kabupaten Maros). *19 No 2*.
- Ungerman, O. (2018). THE IMPACT OF MARKETING INNOVATITIVENESS OF ENTERPRISES IN THE CONTEXT OF INDUSTRY 4.0. *Journal Of Competitive, 10*.
- Wibowo, D. H. (2015). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM (STUDI PADA BATIK DIAJENG SOLO). *Jurnal Adminitrasi Bisnis (JAB), 29 No 1*.
- Widayanto. (2017). ANALISIS PROSES BISNIS USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) KONVEKSI RYAN COLLECTION DI KABUPATEN KUDUS. *Jurnal Adminitrasi Bisnis, 6 No 1*.
- Zia, H. K. (2018). ANALISIS SWOT SEBAGAI PENENTU STRATEGI PEMASARAN PADA RUMAH SAKIT GIGI DAN MULUT BAITURRAHMAH PADANG. *Jurnal Kesehatan Andalas, 7*.

Lampiran I

BIODATA PENULIS



Nama	Hanif Maulana
Tempat/Tgl Lahir	Surabaya, 09 April 1998
Jenis Kelamin	Laki-Laki
Agama	Islam
Alamat	Jl. Pagesangan Asri X/15
Email	hanifmaulana718@gmail.com
Hobi	Membuat Karya Unik
	Memancing
	Berenang
	Traveling

RIWAYAT PENDIDIKAN

SD

Tahun Lulus : 2010

Nama Sekolah : SD Darul Ulum

Kota Sekolah : Surabaya

SMP

Tahun Lulus : 2013

Nama Sekolah : SMP Khadijah

Kota Sekolah : Surabaya

SMA

Tahun Lulus : 2016

Jurusan : TKJ (Teknik Komputer Jaringan)

Nama Sekolah : SMK Kartika 1

Kota Sekolah : Surabaya

Perguruan Tinggi

Tahun Masuk : 2016

Program Studi : S1 Ekonomi & Bisnis

Nama Perguruan Tinggi : UNIVERSITAS NAROTAMA

Kota Perguruan Tinggi : Surabaya

Lampiran II

SERTIFIKAT CONFERENCE

CERTIFICATE
of appreciation
this certificate is proudly presented to
HANIF MAULANA
journal skripsi

PRO PATRIA
In Your Recognition and your Contributions as,
Presenter

4th WORLDCONFERENCE.ID
INTERNATIONAL CONFERENCE
ON ECONOMIC, MANAGEMENT, DIGITAL BUSINESS, DIGITAL ENTREPRENEUR,
SOCIAL BUSINESS, BUSINESS SUSTAINABILITY AND SOCIAL ENTREPRENEUR
August 27 - 28, 2020

[Signature]
Dr. Muhammad. Ikhsan Setiawan, ST., MT.
Vice Rector Narotama University

[Signature]
Assoc. Prof. Dr. Che Zalina Zulkiffli
Universiti Pendidikan Sultan Idris

[Signature]
Prof. Dr. Paisal Halim, M.Hum
President IPST
Internasional Peneliti Ekonomi, Sosial dan Teknologi

Registration and Information
• Youtube Live
• Zoom Online Meeting
WORLDCONFERENCE.ID

Lampiran III

Berita Acara Bimbingan Skripsi



UNIVERSITAS
Narayana



**FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS**

No. : 096/NR-FEB/03/II/2020

Lamp. : -

Hal : Permohonan Pembimbing Skripsi

Kepada Yth.

SENGGURUH NILOWARDONO, SE., M.Si

Dosen Pembimbing I

Dengan hormat,

Selubungan dengan penulisan karya ilmiah (skripsi) bagi mahasiswa yang telah memenuhi jumlah persyaratan tertentu, bersama ini kami mohon kesediaan bapak/ibu untuk berkenan membimbing mahasiswa dibawah ini:

Nama : HANIF MAULANA

NIM : 01216052

No. Tlp. : 083831000689;

topik penelitian dibawah ini *):

1. Perencanaan Pemasaran
2. Perencanaan MSDM
3. Perencanaan Keuangan

Terima kasih atas perhatian dan kerjasamanya, jika topik tersebut diatas perlu dilakukan koreksi sepenuhnya kami serahkan kepada bapak/ibu agar dihasilkan karya ilmiah yang lebih baik.

11 Februari 2020



Dr. Ir. Rr. HERMIEN TRIDAYANTI, MM
NIDN : 0721086101

Ket:

*): centang pada topik yang dipilih

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

No. Dokumen: FBEK/2019/07
Tgl. Dikah: 01/12/2019
Revisi: 00

1. NAMA MAHASISWA : HANIF MAULANA
2. NIM : 01216052
3. FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS
4. PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
5. TOPIK SKRIPSI :
6. TANGGAL PENGAJUAN : 11 Februari 2020
7. NAMA PEMBIMBING I : SENGGURUH NILOWARDONO, SE., M.Si
8. NAMA PEMBIMBING II :
9. URAIAN KONSULTASI :

NO	TANGGAL	JADWAL KEGIATAN PENELITIAN	MONITORING	
			CATATAN	PABAT PEMBIMBING
1	04-03-2020	Observasi obyek penelitian	Bagus	SB
2	12-03-2020	Observasi terhadap fenomena bisnis/management	Bagus	A
3	15-04-2020	Menemukan masalah penelitian	revisi	SB
4	30-04-2020	Kajian teoritis & Empiris	Bagus	SB
5	04-05-2020	Sintesa dan Rasionalisasi teori	Bagus	SB
6	18-05-2020	Pendekatan Metodologi penelitian	revisi	SB
7	01-06-2020	Pemilihan instrument penelitian	revisi	SB
8	15-06-2020	Pengumpulan data	revisi	SB
9	23-06-2020	Tahapan & Pengujian Data	Bagus	SB
10	31-07-2020	Deskripsi Hasil Penelitian	Bagus	SB
11	03-08-2020	Interpretasi Hasil Penelitian	Bagus	SB
12	25 Agustus 2020	Kelengkapan Data	Bagus	SB

Nilang Skripsi

10. TANGGAL SELESAI BIMBINGAN

11. TELAH DIEVALUASI DAN SIAP UNTUK DITUI

30 September 2020

DOSEN PEMBIMBING



SENGGURUH NILOWARDONO, SE., M.Si



HERMIEN TRIDAYANTI, MM

Lampiran IV

Plagiasi

Plagiarism Checker X Originality Report

Similarity Found: 19%

Date: Tuesday, September 29, 2020

Statistics: 2075 words Plagiarized / 11082 Total words

Remarks: Low Plagiarism Detected - Your Document needs Optional Improvement.

SKRIPSI DNALISIS ETRATEGI REMASARAN FALAM ENINGKATKA AYA AING MKM ABLON

ARMENT SURABAYA Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Universitas Narotama Surabaya / Oleh : HANIF MAULANA _NIM : 01216052 PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS NAROTAMA SURABAYA 2020

SURAT PERNYATAAN Yang bertanda tangan di bawah ini: Nama : Hanif Maulana NIM : 01216052 Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Jurusan : Manajemen (Pemasaran) Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya susun dengan judul: ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM SABLON GARMENT

SURABAYA Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi orang lain.

Apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat digunakan apabila diperlukan. Surabaya,
Pembuat Pernyataan, Hanif Maulana_Nim : 01216052

PERSETUJUAN SKRIPSI ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN

DAYA SAING UMKM SABLON GARMENT SURABAYA DIAJUKAN OLEH: Nama : Hanif

Maulana Nim: 01216052 TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH: DOSEN

PEMBIMBING, (Sengguruh Nilowardono, SE., M.Si) TANGGAL 30 September 202 0
KETUA PROGRAM STUDI MANAJEMEN, (Agus Sukoco, ST., MM.)

TANGGAL 30 September 202 0

HALAMAN PERSETUJUAN PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS Sebagai civitas akademik Universitas Narotama Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini: Nama : Hanif Maulana NIM : 01216052 Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Program Studi : S-1 (Sarjana) Jenis Karya : Karya Ilmiah Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Narotama hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti Non-eksklusif ini Universitas Narotama berhak menyimpan, mengalihmedia formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya. Dibuat di: Surabaya Pada Tanggal:..... Yang menyatakan (Hanif Maulana)

KATA PENGANTAR Syukur Alhamdulillah saya panjatkan kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia yang telah Allah berikan, saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM SABLON GARMENT SURABAYA” Skripsi ini diajukan untuk memenuhi dan melengkapi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Narotama.

Dalam penyusunan skripsi ini, saya menyadari bahwa keberhasilan dan terlaksananya penelitian ini bukan merupakan keberhasilan individu. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, dorongan, maupun doa sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih saya tujukan kepada : Kedua orang tua saya

yang selalu memberikan doa, restu, dukungan, dan kasih sayang yang sangat berarti bagi saya. Bapak Dr.Ir.Sri Wiwoho Mudjanarko, ST., MT., IPM. selaku Rektor Universitas Narotama Surabaya. Ibu Dr. Ir. Rr. Hermien Tridayanti, MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Narotama Surabaya. Bapak Agus Sukoco, ST., MM. selaku Kepala Program Studi Manajemen Universitas Narotama Surabaya. Bapak/Ibu

selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran untuk membimbing serta memberikan petunjuk dan nasehat yang sangat berarti bagi saya. Bapak/Ibu dosen, staff, dan karyawan di lingkungan Universitas Narotama Surabaya yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi. Teman-teman Universitas Narotama, sahabat-sahabat saya sekaligus teman seperjuangan: Anita, Danur, Himza, Indi, Tiffany dll.

Terima kasih atas dukungan, pengertian, doa, serta telah memberi masa kuliah yang berkesan yang tidak akan pernah terlupakan. Keluarga tercinta yang tiada hentinya memberikan do'a, motivasi dan semangat kepada saya untuk menyelesaikan skripsi saya ini. Teman-teman saya: yang telah memberi semangat dan dorongan dalam proses penyelesaian skripsi.

Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan kepada saya dalam menyusun skripsi.

Akhir kata, semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya untuk membalas kebaikan dari semua pihak yang telah membantu saya selama ini. Semoga skripsi ini bermanfaat kepada semua pihak. Surabaya,

Hanif Maulana

ABSTRACT Companies can develop competitive strategies by finding a match between

internal and external strengths of the company. This strategy is very important, especially for the Surabaya Garment Screen Printing service company, which aims to anticipate changes in the external environment so that the company can gain a competitive advantage.

Garment Screen Printing Services must continue to innovate, maintain product quality, maintain customer satisfaction and maintain service quality. To achieve this, it is necessary to have the right marketing strategy, namely by using the ifas and efas methods. Keywords: marketing strategy, ifas and effas method, competitiveness.

ABSTRAK Perusahaan dapat mengembangkan strategi bersaing dengan mencari kesesuaian antara kekuatan internal dan eksternal perusahaan. Strategi ini sangat penting terutama untuk perusahaan jasa Sablon Garment surabaya yang bertujuan untuk mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal sehingga perusahaan dapat memperoleh keunggulan bersaing. Jasa Sablon Garment harus terus berinovasi, menjaga kualitas produk, menjaga kepuasan konsumen dan menjaga kualitas pelayanan.

Untuk mewujudkan hal itu maka perlu adanya strategi pemasaran yang tepat yaitu dengan menggunakan metode ifas dan efas. Kata kunci : strategi pemasaran, metode ifas dan efas, daya saing.

DAFTAR ISI SURAT PERNYATAAN i	PERSETUJUAN SKRIPSI ii
HALAMAN PERSETUJUAN	
PERNYATAAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS iii	
KATA PENGANTAR iv	ABSTRACT vi
ABSTRAK vii	DAFTAR ISI viii
DAFTAR GAMBAR x	DAFTAR TABEL xi
BAB I PENDAHULUAN 1	1.1 Latar Belakang 1
1.2 Perumusan Masalah 2	1.3 Tujuan Penelitian 2
1.4 Manfaat Penelitian 2	1.5 Batasan Penelitian 3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 5	2.1 Penelitian Terdahulu 5
2.2 Landasan Teori 21	2.2.1 saha Mkro ecil an Menenga 21
2.2.2 Daya Saing 23	2.2.3 Analisis SWOT 25
2.3 Kerangka Berpikir 34	BAB III METODE PENELITIAN 36
3.1 Jenis Penelitian 36	3.2 Populasi Dan Sampel 36
3.3 Jenis, Sumber Dan Teknik Pengumpulan Data 36	3.4 Variabel dan Definisi Operasional 37
3.5 Teknik Dan Analisa Data 41	BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 49
4.1 Deskripsi Operasional 49	4.1.1 Profil Perusahaan 49
4.2 Deskripsi Data hasil Penelitian 50	4.2.1 Analisis SWOT Sablon Garment Surabaya 50
4.3 Hasil Penelitian (Perhitungan dan Pengolahan Data) 64	4.4 Perbedaan dan Pembahasan Hasil Penelitian 64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 65	5.1 Kesimpulan 65
5.2 Saran 65	DAFTAR PUSTAKA 67
Lampiran I 69	BIODATA PENULIS 69
Lampiran V 70	WAWANCARA UMKM SABLON GARMENT SURABAYA 70
DAFTAR GAMBAR 2.	

1 Penerbitan alur (IUMK) 22 Gambar 2. 2 Diagram Matrik SWOT (Sumber: Freddy Rangkuti 2015) 28 Gambar 2.3 Matrik SWOT (Sumber: Freddy Rangkuti 2015) 31 Gambar 2.4 Matrik Strategi Umum (Sumber : Freddy Rangkuti 2015) 32 Gambar3.2 Matrik SWOT

(Sumber : Fredy Rangkuli (2009:31)) 43 Gambar3. 3Diagram SWOT 47 Gambar 4.2Tempat Sablon Raber 49 Gambar 4.3Tempat Sablon Pastisol 50 Gambar 4.4 Diagram SWOT UMKM Sablon Garment Surabaya 63

DAFTAR TABEL Tabel 1.1Perkembangan Sablon di Surabaya (Perkumpulan Sablon, 2018) 1 Tabel 3. 1Desain Instrumen Penelitian Kekuatan (Strengths) 38 Tabel 3.

2Desain Instrumen Penelitian Kelemahan (Weakness) 39 Tabel 3. 3 Desain Instrumen 39 Tabel 3. 4Desain Instrumen Penelitian Ancaman (Threats) 40 Tabel 3.5 IFAS (Internal Strategic Factor Analysis Summary) (Sumber: Diklat Spama, 2000) 44 Tabel 3. 6 EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary) 47 Tabel 4.1 Faktor-Faktor Internal Dan Eksternal 52 Tabel 4. 2 Matriks SWOT 54 Tabel 4.

3 Kuisisioner Internal Faktor Analisis Strategi untuk mengetahui kekuatan (Strengths) 60 Tabel 4. 4 Tabel Kuisisioner Internal Factor Analysis Strategy Untuk Mengetahui Kelemahan (Weakness) 61 Tabel 4. 5 Tabel Kuisisioner Eksternal Factor Analysis Strategy Untuk Mengetahu Peluang (opportunities) 62 Tabel 4.

6 Tabel Kuisisioner Eksternal Factor Analysis Strategy Untuk Mengetahui Ancaman (Threats) 62 Tabel 4. 7 Hasil Analisis internal dan eksternal 63 Tabel 4. 8 Koordinat Analisis Internal Dan Eksternal 63

BAB I

PENDAHULUAN Latar Belakang pentingnya erusahaan engetahui aktor-aktor unci ukkses ekstern dan ternal ingkungan perusaha erupaka nila lebi ntuk day sain perusaha.

aktor-fakor ukkses tersebu epuasan onsumen, ualitas roduk, ualitas pelayana, Dala harg roduk erintraksi engan lingkungan dan lingkungan itu diri. Tabel 1.1Perkembangan Sablon di Surabaya (Perkumpulan Sablon, 2018) DATA PERKEMBANGAN SABLON _ _SABLON MANUAL _SABLON DIGITAL _ _5.000 _10.000 _ _ Daya saing industri garmen di wilayah propinsi Jawa Timur didukung oleh beberapa faktor, antara lain ketersediaan tenaga kerja dan dukungan dari pemda berupa penyediaan lahan dan perizinan Pertimbangan utama perusahaan garmen beroperasi di Jawa Timur karena ketersediaan tenaga kerja yang melimpah dengan biaya atau yang kompetitif. Berdasarkan data perusahaan sablon garment di Surabaya ini sangat banyak pesaing baru untuk persaingan Sablon Garment yang berteknik manual.

Sablon garment (Manual) yang porpuler pada tahun 1998 sampai dengan tahun 2009. Pada tahun 2010 ada peralatan baru seperti Sablon Digital yang untuk mempersaingi Sablon Manual pada akhirnya Sablon Digital ini sangat maju sampai sekarang sebab konsumen menunjuk dengan Sablon Digital Dari pada Sablon Manual sebab Sablon Digital Prosesnya lebih cepat.

Berdasarkan uraian pada penulis kemudian tertarik untuk mengangkat fenomena ini menjadi topik penelitian yang berjudul “ANALISIS TRATEG EMASARAN ALAM ENINGKATKAN AYA SAIN MKM SABLON GARMENT SURABAYA?”. Perumusan Masalah Berdasarkan atas latar belakang permasalahan yang telah penulis uraikan diatas, maka perumusan dalam penelitian ini adalah: “Bagaimana cara memilih strategi emasaran ang tepa pad umkm sablon garment Surabaya sehingga memiliki kemampuan daya saing dengan sablon digital di kota Surabaya?”.

Tujuan Penelitian Sesuai dengan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah: "Untuk menganalisis tahapan menyusun strategi pemasaran pada UMKM sablon garment Surabaya sehingga memiliki kemampuan daya saing dengan sablon digital di kota Surabaya". Manfaat Penelitian Manfaat Teoritis Perusahaan ini yang menjalankan usaha seperti bidang jasa sablon garment Surabaya adalah salah satu bidang jasa yang tradisional UMKM, agar bidang jasa sablon ini dapat bersaing dengan bidang jasa sablon yang moderen maka di butuhkan suatu strategi pemasaran. secara teoritis penelitian ini dapat memberikan arahan terkait strategi yang di perlukan dalam meningkatkan daya saing dibidang jasa sehingga diharapkan dapat memberikan sumbangan pikiran bagi dunia pendidikan. Manfaat Praktis Bagi Peneliti Disamping bermanfaat sebagai pemenuhan syarat penyelesaian studi.

Penelitian ini merupakan deskripsi dari kumpulan ilmu, kemudian semakin di perdalam ke arah dunia bisnis dibidang jasa sablon garment. Bagi Pelaku Usaha Hasil dari penelitian ini menjadi referensi atau masukan bagi pelaku usaha dibidang jasa sablon garment dalam mengetahui kondisi bisnis maupun strategi pemasaran Bagi Masyarakat Sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi untuk berdaya saing, sebagai bahan evaluasi serta pengetahuan menggunakan analisis SWOT sebagai penentuan strategi pemasaran, maupun melakukan penelitian menggunakan Analisis SWOT di akan dating ke perusahaan.

Batasan Penelitian Penelitian ini difokuskan untuk batasan masalah sebagai berikut: ahli ini berlokasi di sablon garment surabaya SWOT Analysis (Strength, Weakness, Opportunity, and Threat) Mencari evaluasi untuk mengetahui permasalahan di Sablon Garment Surabaya untuk dianalisis agar mampu meningkatkan daya saing pada sablon digital Penelitian difokuskan pada strategi pemasaran pada Sablon Garment Surabaya Dari semua definisi-definisi yang telah dijabarkan diatas, maka penelitian menarik kesimpulan dan memberikan yang sesuai judul yang diteliti yaitu: **NALISIS STRATEGI PEMASARA ALAM ENINGKATKAN AYA AING MKM SABLO ARMENT SURABAY.**

PRO PATRIA

Yaitu sebuah rencana dimana mengetahui strategi pemasaran sablon Garment Surabaya agar mampu meningkatkan daya saing dalam di bidang sablon manual

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA 2.1 Penelitian Terdahulu Penelitian mengenai usaha dengan skala UMKM telah banyak dilakukan, namun demikian skala usaha UMKM masih sangat menarik untuk dilakukan penelitian, karena beberapa alasan, antara lain: usaha UMKM mempunyai ciri usaha yang unik, UMKM mempunyai karakteristik yang berbeda dengan usaha ada beberapa produk UMKM yang telah masuk pasar global, dan lain-lain.

Telah banyak penelitian pada usaha dilakukan dengan menggunakan model analisis SWOT, sedangkan penggunaan SWOT analisi pada penelitian skala usaha UMKM masih jarang dan sedikit sekali. Berikut ini akan penulis berikan contoh beberapa penelitian terdahulu yang menggunakan analisis SWOT pada skala usaha UMKM sebagai bahan referensi maupun bahan kajian empiris pada penelitian yang akan penulis lakukan. "ANALISIS STRATEGI PEMBANGUNAN DESA WISATA DI SENTRA PENGERAJIN KRIS By Agus Hardiyanto Jurnal OPSI Vol 11 No.1

Juni 2018. Metode yang di gunakan dalam penelitian menggunakan data primer dan

skunder untuk menciptakan analisis SWOT dalam keunggulan dan bersaing. Kondisi Faktor: Sangat memungkinkan pada jaman Sekarang untuk melestarikan budaya Jawa. Permintaan: Sangat banyak dari kalangan Wisata luar daerah atau masyarakat Lokal untuk memasarkan Produk Keris ini.

Industri Terkait: pada jaman dahulu Dusun Banyumurup sebagian masyarakat menjadi profesi keris tidak populer di jaman dahulu karena minimnya tenaga kerja, pada jaman sekarang Dusun Banyumurup ini sangat maju karena memiliki pesona dari wisatawan sebab itu untuk membantu masyarakat Dusun Banyumurup dalam dibidang pekerjaan produksi keris ini.

Promosi Di Media Sosial pada jaman sekarang Dusun Banyumurup ini sangat maju di dalam Wisata Keris ini karena Dusun ini promosi ke media sosial untuk menarik perhatian Wisatawan. Strategi Perusahaan: Menciptakan Promosi seperti paket wisata mendapatkan hadiah produk keris atau gantungan berbentuk keris dengan paket wisata tersebut, menciptakan perlombaan Fotografi untuk memperkenalkan budaya jaman dahulu, memperkenalkan budaya jaman dahulu ke pendidikan untuk ilmu pengetahuan bagi jaman sekarang, Promosi yang diciptakan oleh Dusun Banyumurup berkesan positif dari wisatawan atau masyarakat sekitar Dusun tersebut.

Struktur Dan Persaingan: Menciptakan produk keris ini dengan sesuai pada jaman dahulu untuk menciptakan memodifikasi keris ini dengan ukiran unik dan menarik perhatian wisatawan. Peneliti penulis memiliki kesamaan dalam menggunakan Obyek Daya Saing Sedangkan perbedaannya pada penggunaan model data primer dan skunder yakni untuk mengetahui analisis SWOT.” “NALISIS TRATEGI EMASARAN NTUK ENINGKATK DAY SAIN MKM (tudi pad atik iajeng olo) By Dimas Hendika Wibowo Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Volume.

29 No.1 Desember 2015. Wilayah Solo. Metode yang di gunakan dalam penelitian yaitu kegiatan: dokumentasi, wawancara dan observasi. Teknik dan analisis. Kondisi faktor: Sangat bagus memperkenalkan batik ke anak-anak jaman sekarang untuk mewariskan budaya batik di Jawa. Permintaan konsumen: pemesan konsumen pada jaman sangat maju karena model baju batik itu sangat berbeda dengan pada batik yang lain pada itu batik solo sangat populer dengan baju batik karena pada jaman dahulu masyarakat solo suka dibidang batik dan kualitas produk sangat bagus.

Strategi pemasaran: merubah motif batik untuk menarik perhatian konsumen, mempertahankan budaya membatik pada jaman sekarang karena tidak mau tergerus atau melupakan budaya membatik, mencari kenyamanan yang memakai baju batik. Struktur dalam persaingan perusahaan : mencari model batik untuk bisa memakai pada kaum muda sampai orang-orang tua.

Peneliti penulis memiliki kesamaan tentang obyek UMKM Sedangkan perbedaannya pada menggunakan metode yaitu : Wawancara observasi menggunakan content analysis (riset dokumentasi) dan analisis deskriptif.” “ANALISI SWO EBAGAI ASAR EPUTUSA TRATEG EMASAR PAD ERUSAHAA ERVER ULSA D OTA ATAM (TUDI ASUS ADA C STA RATAM) BY Rahmat Hidayat journa o pplied usiness inistrasi Vol 2, No 1, Maret

2018. Dikota Batam. Metode yang di gunakan dalam penelitian menggunakan matrik IE (Ifas dan Efas) untuk menciptakan data analisis SWOT.

Berdasarkan hasil diagram SWOT, CV STAR PRATAMA memiliki posisi pada kuadran I. Pada kuadran ini situasi perusahaan sangat menguntungkan, berdasarkan Matrik IE (Matrik Internal-Eksternal) maka CV STAR PRATAMA berada pada sel V dan berdasarkan hasil analisis pada tahap keputusan menggunakan QSPM, dapat dilihat bahwa Strategi yang terbaik yang harus dilakukan saat ini adalah salah satu strategi ST (Strength-Threat) yaitu dengan meningkatkan pelayanan prima serta layanan purna jual demi memuaskan pelanggan.

Kondisi internal: Analisis terhadap faktor-faktor internal merupakan tahapan CV STAR PRATAMA. Analisis faktor internal ini dilakukan dengan pendekatan fungsional seperti sumber daya fisik, sumber daya manusia, keuangan, sumber daya teknologi, dan sumber daya manajemen. Lokasi usaha ini terletak di Komplek Pertokoan Fanindo Blok F no.11 Kelurahan Tanjung Uncang, Kecamatan Batu aji.

Lokasi CV STAR PRATAMA berada sangat strategis dan terjangkau Kondisi eksternal yaitu Lingkungan analisis faktor eksternal ini meliputi aspek luar organisasi seperti Lingkungan Makro : CV Star Pratama sangat memperhatikan sejauhmana perekonomian dapat mempengaruhi perusahaan dari mulai inflasi, Perubahan teknologi yang cepat memberikan dampak langsung kepada CV STAR PRATAMA. Perubahan teknologi tersebut pekerjaan.

Salah satu contoh perubahannya yaitu peningkatan penggunaan internet dan munculnya jaringan 4G di Kota Batam. Lingkungan Industri: pada lingkungan yang dihadapi oleh Cv Star Pratama ini semakin banyak pesaing nya karena konsumen meminta kualitas yang lebih tinggi, pelayanan yang lebih baik, serta yang terpenting adalah harga yang lebih murah.

Kekuatan Tawar Menawar Pemasok akan memberikan harga dan kualitas pelayanan yang terbaik, CV Star Pratama harus mampu mencari banyak pemasok untuk mendapatkan harga yang terendah dan akan membuat perusahaan dapat bertahan serta dapat bersaing dikemudian hari. Peneliti penulisan memiliki kesamaan tentang Sedangkan perbedaan pada metode matrik IE (Ifas dan Efas) untuk menciptakan data analisis SWOT.” “ANALISIS PROSET BISNIE DSAHA BIKRO EECIL GENENGAH (UMKE)

KONVEKSS HYAN WOLLECTIOE UI DABUPATAN TUDUS BY Widayanto Turnal Edministrasi Cisnis Colume 6R Nomom 1E Mares 2017. Di Kabupaten Kudus. Menggunakan metode Analisis Kualitatif.

analisis proses bisnis ini salah satunya adalah menganalisis dalam organisasi bisnis terkait dengan penggunaan m efektif dan efisien Riyran Collefection sebagai salgha satau usagha kgecil maenengah yanga befrgerak dibgidang kongvekksi daleam prosers bisfnisnya yadng sekbarang berlangsung, belum tersusun struktur organisasi yang baik.

Operasir Saran yang darpat ti beriken adaaah sebaikyya yilanjutkan dengan merancang sistem informasi berbasis komputer untuk mendukung manajemen dalam mengambil keputusan. menggunakan Root Cause Analysis (RCA), (Rooney&Heuvel, 2004). Pengumpulan data, Pemetaan faktor kausal, Identifikasi root cause, peneliti penulis

memiliki kesamaan tentang obyek UMKM Sedangkan perbedaannya pada metode Analisis Kualitatif dan variabel penelitian menggunakan analisis RCA.” “Analisis Peratn Pedrbankan, Perlsruasan Passar dasn Quaality Kontgrol Dalad Upay engembangkan UMKM Berday Sing: Stdi Kasu UMKM di Kecamatan Medn Dena Kot Medn By Rita Handayani Jurnat Ilmu bkonomi ran ttudi Pembangunar Vol. 17 No. 2, 2017. Di Keamatan Meran Denai tota ledan.

Sumber Data dalam penelitian ini, menggunakan adalah pengusaha atau pemilik tentang akses Perbankan, Perluasan Pasar, Quality Kontrol pengembangan UMKM responden. (Sugiyono, 2005: 56). Lokasi penelitian dilakukan berada dikecamatan Medan Denai kota Medan. Peneliti penulis memiliki kesamaan tentang obyek UMKM Sedangkan perbedaan pada data primer dan skunder. Quality Kontrol pengembangan UMKM responden.” “strategi engembangan saha ikro ecil an enengah alam enguatan konomi erakyat (tudi asus ad saha oti aros i abupaten aros) By Muhammad Rakib Sosiohumaniora, Volume 19r No. 2e Juli 2017: 114–120. SWOT.

Hasil identifikasi dapat dirumuskan beberapa strategi pengembangan usaha Roti Maros, diantaranya yaitu lokasi yang strategis, memaksimalkan bantuan modal dari Pemerintah, meningkatkan kapasitas penjualan, memaksimalkan Faktor eksternal yang menjadi peluang di Kabupaten Maros yaitu: (1) Dukungan dari pemerintah, (2) Perkembangan teknologi dan informasi, (3) Ekspansi (perluasan) usaha, dan (4) Hubungan baik dan Loyalitas pelanggan.

Sedangkan yang menjadi ancaman strategi pengembangan UMKM khususnya usaha Roti Maros di Kabupaten Maros yaitu: (1) Harga bahan baku yang tidak stabil, (2) Munculnya pesaing baru dengan produk yang sama, (3) Munculnya Kompetitor yang menawarkan produk yang berbeda, dan (4) Lokasi antar usaha yang saling berdekatan. Peneliti memiliki kesamaan tentang obyek usaha kecil (UMKM) Sedangkan perbedaan pada metode analisis SWOT dan SDM dalam hal produksi produk.” Modal dan biaya produksi berpengaruh secara simultan artinya secara bersama – sama modal dan biaya produksi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan UMKM di Kota Kotamobagu. Hasil uji determinasi (R²) menunjukkan bahwa modal dan biaya produksi berpengaruh sebesar 60,3% terhadap pendapatan UMKM di Kota-Kota mobagu.

percanderaan/lukisan/deskripsi (Ginting, 2008). Peneliti memiliki kesamaan tentang obyek UMKM Sedangkan perbedaan pada metode aspek pengukuran, perhitungan, rumus dan kepastian data numeric.” “nalysis WOT ahun 201r ebagai ertimbangan enetapkan Strateg ahun 201e ata 202 pad P sfiyak raha edika. By Daulika Nur Asiyah Simki-Economic Vol. 01 No.

05 Tahun 201. Di Kecamatan Badas. Menggunakan metode: Analisis Kualitatif, Analisis SWOT, Metode Ifas dan Efas. dari hasil penelitian sebagai berikut : yang mampu memenangkan persaingan dan meraih keunggulan yaitu ketersediaan SDM tenaga medis dan non medis yang mencukupi, infrastruktur bangunan dan sarana transportasi yang mendukung pelayanan klinik, lokasi klinik yang strategis, menjadi mitra BPJS, sarana pelayanan yang mendukung pelayanan klinik seperti pelayanan PT.

Asfiyak Graha Medika diantaranya Budaya kerja belum terbentuk, kurangnya promosi klinik, dan pelayanan dokter spesialis masih terbatas. Kelemahan ini lah yang perlu diperbaiki agar kedepannya menjadi lebih baik. Ancaman yang muncul dan menjadi

hambatan yaitu ancaman bertambahnya jumlah klinik baru, regulasi pemerintah tentang mitra BPJS, sulitnya izin praktik dokter muda atau baru masuk di wilayah Kediri, pengurusan sertifikat profesi yang sulit, penambahan pelayanan oleh klinik kompetitor.

Analisis dengan menganalisis akan diperoleh analisis IFAS dan EFAS. kemudian dilakukan embobotan, ating an sko ada IFAS dan EFAS dipferoleh umlah kor ada aktor kekuata (S) yaitu 2,10 dan skor faktor kelemahan (W) 0,80. Sedangkan pada faktor kesempatan (O) diperoleh skor 1,60 dan skor untuk fakto ncaman (T) yaitu 0,65r.

Selisih hasil Pada kuadran 1 agresif diperoleh alternatif pengembangan pasar, kualitatif. Menurut Moleong (2014: 6). yaitu jenis penelitian studi kasus. Menurut Creswell (2008: 19). Peneliti memiliki kesamaan tentang obyek Menetapkan strategi pemasaran sedangkan perbedaan pada metode Analisis SWOT, Analisis Kualitatif dan perhitungan menggunakan metode Ifas dan Efas.” “ANALISIS SWOr EBAGAI ENENTU STRATGI PEMASARA PAD UMAH SAKI GIG DA MULU BAITURRAHM ADANG By Hanim Khalida Zia
Jurnal Kesehatan Andalas.

2018: 7. Padang. Berdasarkan penelitian peneliti, hasil analisis SWOT menyebutkan bahwa RSGM Baiturrahmah Padang sudah mampu bersaing dipasar persaingan yang kompetitif. Berdasarkan analisis SWOT, strategi pemasaran yang dapat dilakukan yaitu strategi SO (Strenghts Opportunities) yang meliputi peningkatan kualitas mulut, penjalinan penggunaan pusat rujukan mulut. Jenis Penelitian ini dilakukan di RSGM Baiturrahmah Padang pada bulan Juli-November 2018.

Peneliti memiliki kesamaan tentang obyek Menetapkan strategi pemasaran. Sedangkan perbedaan pada metode Analisis SWOT.” “ANALISI WOT DALA NENTUKAN STRAEGI PEMAARAN SPEDA OTOR PAD PT SAMKARINDO INAH DIt SAARINDA By Nur Afrillita T.
e-Journal Administrasi Bisnis 2013, 1 (1): 56-70. Diwilayah Samarinda. deskriptif kualitatif. suatu objek sesuai dengan keadaan atau apa adanya.

Hasi enelitian ang ilakukan pnulis pata PT Samekarindo Indh dalah dngan mnggunakan alt aalisis SWT, mka PT Samekarind ndah apat menggunakan alternati strategi-strtegi erikut : a. Strateg Strengt–pportunities ertahankan da tngkatkan ualitas roduk aupun elayanan urna jua Pengembaंगा pasa menenga kebawa engadakan egiatan ksibisi b.

Strategi eaknesses – pportunities Promos yan trarah romosi yan ebih gncar dngan engadakan, engikuti tau ebagai ponsor di erbagai evet, romosi elalui edia ceta da medi jejarin sosil. enambah su daler c. strategi trenght –Threats 1) Mngembangkan day sain 2) eningkatkan ubungan bai denga elanggan d. Strateg eaknesses – Threats Mmperluas are pomosi engan embuka outlet – outlet ntuk emperluas aringan penjuala enambah vriasi penajualan dealef sperti enjual ksesoris mtor yan edang trend di asyarakat emberikan iskon arga spar partbag konsume yag oyal Lingkungan Eksternal: Promosi dari pasien (Word of Mouth), terkait maju, Kepercayaan dari instansi. Lingkungan Internal: Memiliki memadai, oleh drg dan drg spesialis, Memiliki izin operasional RSGM, Menjadi tempat rujukan.

Peneliti memiliki kesamaan tentang obyek strategi pemasaran Sedangkan perbedaan

pada data Eksternal dan Internal menggunakan metode analisis SWOT.” “nalysis SWO ebagai strategi ntu ningkatkan aya aing saha enengah Pancake Durian Oleh Dimas Ari Sanjaya Journa nline aringan OT OLIP eISSN 2504-8457. Penelitian ini dilakukan secara deskriptif kualitatif. Itu dipelajari di pancake durian Medan Tembung, Medan.

Analisis SWOT menggunakan teori yang diajukan oleh Rangkuti (2014). Matriks IFAS, Matriks EFAS. Berdasarkan penulis, dapat disimpulkan bahwa, dapat diketahui bahwa Perusahaan Medium pancake durian terletak pada Kuadran I (Agresive). Ini menunjukkan bahwa ia memiliki skor yang baik di lingkungan internal di posisi kekuatan (Strength) di Quadrant yang agresif dan skor yang baik di lingkungan eksternal di posisi peluang (peluang).

posisi persaingan perusahaan Durian Pancake sesuai dengan diagram SWOT berada pada kuadran pertama (Agresif) yang menunjukkan perusahaan ini memiliki peluang dan jumlah kekuatan yang mendorong penggunaan peluang ini. Ada beberapa strategi yang bisa dilakukan oleh perusahaan menengah pancake durian melalui Analisis SWOT, seperti: Sebuah.

Mengajukan permohonan pinjaman kepada bank yang memberikan kredit kepada perusahaan menengah untuk meningkatkan modal perusahaan sehingga jika banyak pelanggan yang memesan dalam jumlah besar (pihak) perusahaan dapat memenuhi pemesanan ini sekaligus memberikan harga khusus yang lebih murah daripada harga beli perusahaan. unit sehingga distributor dan reseller dapat menjual pancake durian sesuai dengan harga pasar.

Berinovasi untuk membuat menu baru dari bahan dasar durian yang unik dan menarik. Membuat pancake durian agar lebih tahan lama saat berada di luar freezer. Ringkasan Analisis Faktor Internal: Faktor internal positif yang berkontribusi pada kemampuan UKM Pancake Durian ini untuk mencapai tujuannya. Ketujuh faktor Kekuatan ini yang akan menciptakan Strategi SO (Kekuatan Peluang) juga dikenal sebagai Pertumbuhan Strategi yang Berorientasi dan Strategi ST (Strengths Threats) adalah Stratei iversifikasi (Produ tau asar). Kelemahan ini dalah aktor egatif ang engurangi kemampuan UKM Pancake Durian untuk mencapai tujuan mereka.

Faktor-faktor ini termasuk : Sebuah. Pancake durian yang tidak tahan lama di luar freezer dan hanya bisa bertahan 4-5 jam di luar dalam kondisi beku. Belum memiliki izin usaha. Tidak memiliki laporan keuangan yang sistematis. Kurang promosi. Jumlah anggota kerja yang terbatas. Membutuhkan modal besar untuk mengembangkan bisnis ini.

Keenam Weaknesses ini akan menciptakan Turn-Around dan WT Strategy (Weaknesses Threats) yang merupakan Strategi Defensif (pertahanan). Ringkasan Analisis Faktor Eksternal: Peluang Ini adalah faktor-faktor eksternal yang positif UKM Pancake Durian ini untuk mencapai tujuannya. Faktor-faktor ini termasuk: Gunakan teknologi sebagai alat promosi untuk meningkatkan penjualan. Banyak orang menyukai nama dan makanan baru.

Mendapatkan kredit dari Bank yang memberikan kredit kepada UKM. Banyaknya penggemar pancake durian sebagai penganan dan cinderamata. Membuka toko atau kafe yang mendominasi lokasi strategis durian. Mendapatkan pelanggan baru yang

berpotensi menjadi pelanggan setia. Tingkatkan promosi. Memiliki tenaga kerja kreatif untuk membuat produk baru.

Kedelapan Peluang akan menciptakan strategi SO (Strengths Opportunities), juga dikenal sebagai Strategi Berorientasi Pertumbuhan dan Strategi WO (Peluang Kelemahan) Strategi Turn-Around. Threats (Threats) Ini adalah faktor-faktor eksternal negatif yang menghambat kemampuan UKM Pancake Durian Sci ini untuk mencapai tujuannya. Faktor-faktor ini antara lain: Sebuah. Harga bahan baku tidak stabil. Persaingan harga antara bisnis serupa. Kehilangan Pelanggan karena pindah ke pesaing.

Perubahan selera konsumen. Peningkatan penjualan karena pertumbuhan populasi terus meningkat. Pengusaha baru yang membuka bisnis serupa. Enam faktor yang mengancam ini (Threats) yang mencegah mereka berurusan dengan kompetisi, akan menciptakan strategi ST (Strengths Threats) strategi diversifikasi (produk tau asar) an strategi WT (Weaknesses Threats), strategi Pertahanan (kegigihan). Peneliti penulis memiliki kesamaan tentang objek strategi pemasaran.

Sedangkan perbedaan data eksternal dan internal. " "ENINGKATKAN NALISIS EMASARAN STRATEGIS ASIONAL Kasus: DNA Plc Oleh Nina Lehtinen Journal Tesis Manajemen bisnis 2017. Dalam penelitian ini, kedua metode, kuantitatif dan kualitatif, digunakan, yang disebut metode campuran (Creswell 2014).

Hasil penelitian menunjukkan strategi pemasaran DNA yang konsisten efisien, dan kepuasan pelanggan adalah aspek terpenting dalam bisnis DNA. Memperagakan hasil untuk jumlah pelanggan setia pengembangan strategi pemasaran. Itu saran pengembangan untuk masa depan disediakan, serta saran untuk penelitian masa depan pada topik.

analisis strategis, survei untuk konsumen, dan wawancara untuk manajemen DNA. Analisis strategis digunakan untuk menguji strategi pemasaran saat ini dengan DNA dengan bantuan alat strategis. Kelompok sasaran untuk survei adalah pelanggan DNA B2C saat ini, dan untuk wawancara manajemen DNA.

Peneliti penulis memiliki kesamaan tentang obyek strategi pemasaran sedangkan perbedaan menggunakan metode campuran seperti mengetahui analisis strategis, survei untuk konsumen, dan wawancara untuk manajemen DNA. Analisis strategis digunakan untuk menguji strategi pemasaran saat ini dengan DNA dengan bantuan alat strategis. Kelompok sasaran untuk survei ini adalah pelanggan DNA B2C saat ini, dan untuk wawancara manajemen DNA." "PERAN PEMASARAN ALAM ENINGKATKA AYA AING DAERAH Oleh Yuliia SHAPOVAL Vol. 3, No. 4, 2017 Jurnal Baltik Studi Ekonomi.

Dalam proses penelitian, kombinasi metode berikut digunakan: generalisasi dan abstraksi ilmiah untuk menentukan resolusi dan kategori utama, metode monografi - untuk disajikan arahan penerapan alat pemasaran dalam proses mengelola daya saing regional, analisis komparatif - untuk mempromosikan aplikasi fitur program dan strategi pemasaran. Hasil. Itu dianggap bahwa pemasaran regional adalah mekanisme yang menyediakan metodologi dan alat untuk memastikan daya saing dari daerah.

Hal ini memungkinkan menentukan jenis pemasaran manajemen teritorial, yang

dibentuk bukan dari keinginan pihak berwenang (misalnya, dalam mencari dana untuk implementasi proyek tertentu), tetapi dari studi tentang kebutuhan konsumen (pengusaha, penduduk lokal, investor, wisatawan), yang wilayahnya memiliki kesempatan untuk memuaskan; menganalisis peluang pasar dan menentukan wilayah keunggulan kompetitif, serta memengaruhi pertumbuhan ekonomi berkelanjutan.

Ditentukan bahwa daya saing wilayah PT didefinisikan sebagai peluang potensial untuk menang dalam persaingan antar wilayah untuk keuntungan memenuhi kebutuhan dan didistribusikan di antara populasi dan entitas bisnis yang mereka identifikasi dengan wilayah, serta pengunjung yang memiliki niat khusus dalam wilayah ini. Bahkan, kita berbicara tentang prioritas pilihan, di mana wilayah ini memiliki keunggulan kompetitif, peningkatan yang dapat mengarah pada peningkatan standar hidup, yang merupakan indikator daya saing regional. Implikasi praktisnya.

Menurut konsep pemasaran, tujuan regional, terutama jangka panjang, hanya dapat dicapai melalui studi. Oleh karena itu, permintaan konsumen membutuhkan: untuk mempelajari bukan kapasitas produksi tetapi pasar dan rencana pengembangan kebutuhan untuk pemenuhan; menghubungkan tujuan dan sumber daya regional; mengevaluasi pengaruh eksternal pada kawasan; fokus pada jangka panjang.

Itu dianggap bahwa pemasaran regional adalah mekanisme yang menyediakan metodologi dan alat untuk memastikan daya saing dari daerah. Hal ini memungkinkan menentukan jenis pemasaran manajemen teritorial, yang dibentuk bukan dari keinginan pihak berwenang (misalnya, dalam mencari dana untuk implementasi proyek tertentu), tetapi dari studi tentang kebutuhan konsumen (pengusaha, penduduk lokal, investor, wisatawan), yang wilayahnya memiliki kesempatan untuk memuaskan; menganalisis peluang pasar dan menentukan wilayah keunggulan kompetitif, serta memengaruhi pertumbuhan ekonomi berkelanjutan.

Penulis peneliti memiliki kesamaan tentang objek meningkatkan daya saing sedangkan perbedaan metode berikut digunakan: generalisasi dan abstraksi ilmiah untuk menentukan resolusi dan kategori utama, metode monografi-untuk disajikan arahan penerapan alat pemasaran dalam proses mengelola daya saing regional, analisis komparatif-untuk mempromosikan aplikasi fitur program dan strategi pemasaran "

“DAMPAK INOVASI PEMASARAN TERHADAP DAYA SAING PERUSAHAAN DALAM KONTEKS INDUSTRI 4.0

Journal of Competitiveness Vol. 10, Edisi 2, hlm. 132 - 148, Juni 2018pp. 132 - 148, Juni 2018 Juni 2018 ISSN 1804-171X (Prit), ISSN 1804-. metode pengumpulan data. Responden Mengajukan pertanyaan tentang berbagai aspek dan masalah pasar. Penelitian itu, pada dasarnya, kualitatif. ada perbedaan dalam bagaimana dampak dilihat oleh UKM dan perusahaan besar.

Dampak dinilai sebagai yang paling penting oleh perusahaan-perusahaan dari industri otomotif dengan budaya perusahaan Eropa. Penelitian ini secara empiris menegaskan bahwa bisnis dianggap sebagai dampak terbesar dari inovasi pasar dalam konteks Industri 4.0 yang meningkat dalam persaingan perusahaan, yang merupakan dampak penelitian dengan peringkat tertinggi.

Makalah sudah Menghabiskan informasi baru tentang pemahaman kita saat ini sebagai faktor dalam bersaing. di bagian berurutan, menggunakan analisis konten, tesis sintaksis dan menggambarkan statistik. Bagian pertama adalah mengidentifikasi apakah faktor-faktor yang terkait masuk akal Bagaimana menerapkan pasar dalam konteks konteks industri 4.0.

Para penulis penelitian memiliki kesamaan tentang objek analisis strategi pemasaran, menggunakan metode kualitatif untuk perhitungan data yang diperoleh menggunakan teknik industri 4.0. Atribut." "Keunggulan Kompetitif dan Dampaknya pada Strategi Pengembangan Produk Baru (Studi Kasus: Perusahaan Teknis Toos Nirro) Oleh Akram Sadat Hosseini J. Open Innov.

Technol. Menandai. Kompleks. 2018, 4, 17. Metodologi dipilih berdasarkan kondisi dan fasilitas yang ada, karena karena adanya pekerja dan pekerja pabrik pada jam-jam tertentu, tenggat waktu penelitian, dan keinginan manajer senior untuk mempercepat pengumpulan data dan mengurangi biaya, pengumpulan informasi dan kehadiran pabrik, dan kepatuhan terhadap masalah keselamatan dan kesehatan lingkungan, adalah metode survei yang paling tepat. Data dikumpulkan dengan dokumentasi, perpustakaan, dan metode observasi.

Pengumpulan data Alat ini adalah kuesioner berdasarkan Skala Likert. Ini adalah penelitian terapan yang dilakukan dengan metodologi survei deskriptif. Menggunakan metode Cochran, sampel 50 orang diadopsi dan data dikumpulkan dengan kuesioner dan dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS ($p < 0,15$). Hipotesis diuji dengan Kolmogorov-Smirnov dan tes parametrik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor keunggulan kompetitif termasuk kualitas, efisiensi, inovasi, dan akuntabilitas terkait positif dan signifikan untuk pengembangan produk baru. Setelah mengidentifikasi faktor paling penting berdasarkan komentar para ahli, mereka dinilai sesuai dengan komentar manajer puncak. Dengan distribusi kuesioner di antara para manajer puncak perusahaan teknis Toos Nirro, cara untuk mengidentifikasi dan menilai faktor-faktor telah diaspal.

Dengan demikian, semua matriks perbandingan berpasangan memiliki tingkat ketidakcocokan yang dapat diterima (lebih rendah dari 0,1). Penulis memiliki perbedaan tentang strategi pengembangan. Sementara perbedaan dalam data dikumpulkan oleh dokumentasi, perpustakaan, dan metode pengumpulan. Pengumpulan data Alat ini adalah kuesioner berdasarkan Skala Likert." Perbedaan dan kesamaan obyek (penelitian) dan menggunakan metode, Penelitian terdahulu dengan Penelitian ini yaitu: Dari obyek penelitian memiliki kesamaan tentang obyek UMKM, Strategi pemasaran Dan Daya saing Dari obyek memiliki perbedaan tentang obyek Strategi pengembangan.

Dari metode memiliki kesamaan dengan metode yang digunakan yaitu: EFAS dan IFAS , Analisis SWOT. Dari metode yang digunakan yaitu : Wawancara, bservasi. eknik nalisis ata enggunakan ontent nalysis (iset dokumenta) dn nalisis eskriptif Analisis Kualitatif dan variabel penelitian menggunakan analisis RCA Data primer dan skunder Quality Kontrol Aspek pengukuran, perhitungan, rumus dan kepastian data numeric Campuran seperti kualitatif dan kuantitatif Generalisasi dan abstraksi ilmiah untuk menentukan resolusi dan kategori utama, metode monografi - untuk disajikan arahan penerapan alat pemasaran dalam proses mengelola daya saing regional, analisis komparatif - untuk

mempromosikan aplikasi fitur program dan strategi pemasaran.

Kualitatif untuk perhitungan data yang diperoleh menggunakan teknik Industry 4.0. Atribut Observasi. Pengumpulan data Alat ini adalah kuesioner berdasarkan Skala Likert. Landasan Teori saha Mikro kecil dan Menengah Usaha Mikro saha ikro dalam adan usaha erorangan yang memiliki kriteria sesuai dengan Undang-Undang (UU) nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, kecil dan menengah, yakni: Memiliki aset atau kekayaan bersih hingga Rp 50 juta, tidak termasuk tanah atau bangunan tempat usaha. Omzet Rp 300 juta.

mentara, berdasarkan perkembangannya, usaha mikro diklasifikasikan menjadi dua, yaitu: livelihood, yakni usaha mikro yang sifatnya untuk mencari nafkah semata. Mikro / Gambar 2. 1 Penerbitan alur (IUMK) Ada beberapa keuntungan yang dapat diperoleh oleh usaha mikro jika memiliki IUMK, yakni: memiliki epastian saha dan perlindungan usaha di lokasi yang telah ditetapkan. Endapatkan endampingan alam saha untuk semakin mengembangkan saha. Endapatkan akses ke lembaga pembiayaan, baik ke bank maupun lembaga non-bank.

Endapatkan pemberdayaan dari pemerintah pusat dan daerah serta lembaga lainnya. Usaha Menengah yang melakukan lebih rangsangan orang-orang atau adan saha yang akan erupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi (Nomor 20 Tahun 2008 tentang Bab 1 pasal 1).

Daya Saing adalah konsep perbandingan kemampuan dan kinerja perusahaan, sub-sektor atau negara untuk menjual dan memasok barang dan jasa yang diberikan alam pasar. Daya saing adalah kemampuan untuk bersaing dengan cara melakukan proses penciptaan nilai tambah (value added creation) secara berkelanjutan. Kemampuan yang dimaksud adalah: kemampuan memperkokoh pangsa pasarnya, kemampuan menghubungkan dengan lingkungannya, kemampuan meningkatkan kinerja tanpa henti, kemampuan menegakkan posisi yang menguntungkan. Teori Daya Saing Daya saing adalah produktivitas yang didefinisikan sebagai output yang dihasilkan oleh tenaga kerja.

Daya saing ditentukan oleh keunggulan bersaing suatu perusahaan dan sangat bergantung pada tingkat sumber daya relatif yang dimilikinya atau biasa kita sebut keunggulan kompetitif. Selanjutnya, Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis.

Keempat faktor itulah yang membentuk akronim SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats). SWOT akan lebih baik dibahas dengan menggunakan tabel yang dibuat dalam kertas besar, sehingga dapat dianalisis dengan baik hubungan dari setiap aspek. Proses ini melibatkan penentuan tujuan yang spesifik dari spekulasi bisnis atau proyek dan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mendukung penyusunan strategi.

Faktor strategi eksternal dapat diketahui dengan menyusun EFAS (External Strategic Factors Analysis Summary) dan faktor strategi internal dapat diketahui dengan menyusun IFAS (Internal Strategic Factors Analysis Summary). Analisis SWOT dapat diterapkan dengan cara menganalisis dan memilah berbagai hal yang mempengaruhi keempat faktornya, kemudian menerapkannya dalam gambar matrik SWOT, di mana

aplikasinya adalah bagaimana kekuatan (Strengths) mampu mengambil keuntungan (advantage) dari peluang (Opportunities) yang ada, bagaimana cara mengatasi kelemahan (Weaknesses) yang mencegah keuntungan (advantage) dari peluang (Opportunities) yang ada, selanjutnya bagaimana kekuatan (Strengths) mampu menghadapi ancaman (Threats) yang ada, dan terakhir adalah bagaimana cara mengatasi kelemahan (Weaknesses) yang mampu membuat ancaman (Threats) menjadi nyata atau menciptakan sebuah ancaman baru.

Adapun komponen-komponen dasar yang ada dalam analisis swot, yaitu: Strength (S) Strength atau kekuatan adalah komponen yang menjadi suatu bentk karakteristik atas suatu perusahaan atau organisasi dimana mampu memberikan keuntungan. Weakness (W) Weakness atau kelemahan komponen yang menjadi ciri suatu kelemahan yang ada di perusahaan atau organisasi dibandingkan dengan yang lain.

Opportunities (O) Opportunities atau peluang adalah berbagai peluang yang bisa dimanfaatkan oleh perusahaan atau organisasi untuk dapat berkembang di masa depan. Threats (T) Threats atau ancaman adalah komponen yang berbentuk ancaman dimana kemungkinan besar akan dihadapi perusahaan atau organisasi yang akibatnya bisa menghambat laju perkembangan suatu perusahaan atau organisasi tersebut Teknik ini dibuat oleh Albert Humphrey, yang memimpin proyek riset pada Universitas Stanford pada dasawarsa 1960-an dan 1970-an dengan menggunakan data dari perusahaan-perusahaan Fortune 500.

Ketika perusahaan melakukan analisis SWOT, perusahaan akan mempelajari strategi yang solid untuk memprioritaskan pekerjaan yang perlu perusahaan melakukan untuk mengembangkan perusahaan. Analisa SWOT sendiri memiliki tujuan untuk memisahkan masalah pokok dan memudahkan pendekatan strategis dalam suatu bisnis atau organisasi. Banyak para ahli mendefinisikan arti analisis SWOT.

Stephen Pelayan Mary dan Robbins Coulter (1999, 229) mendefinisikan analisis SWOT adalah suatu analisis organisasi dengan menggunakan kekuatan, kelemahan, kesempatan serta ancaman dari lingkungan. Menurut Rangkuti, Freddy (2000 : 18), analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan.

Tahap analisis dapat dimulai setelah faktor-faktor strategi di ketahui melalui EFAS dan IFAS maka disusunlah matrik SWOT. Menurut Rangkuti (2006), Matriks SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis. / Gambar 2.

2 Diagram Matrik SWOT

(Sumber: Freddy Rangkuti 2015) Berikut ini adalah keterangan dari matriks SWOT diatas : Strategi SO (Strength and Oppurtunity). Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi ST (Strength and Threats). Strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi WO (Weakness and Oppurtunity).

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi WT (Weakness and Threats). Strategi ini berdasarkan kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman. Penjelasan Mengenai 4 (Empat) Komponen Analisis SWOT “Definisi analisa SWOT secara umum adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis.”

Penjelasan dari masing-masing SWOT, sebagai berikut: Strengths (kekuatan) adalah situasi atau kondisi yang merupakan kekuatan dari organisasi atau program pada saat ini. Strength ini bersifat internal dari organisasi atau sebuah program. Weaknesses (Kelemahan) adalah kegiatan-kegiatan organisasi yang tidak berjalan dengan baik atau sumber daya yang dibutuhkan oleh organisasi tetapi tidak dimiliki oleh organisasi.

Kelemahan itu terkadang lebih mudah dilihat daripada sebuah kekuatan, namun ada beberapa hal yang menjadikan kelemahan itu tidak diberikan solusi yang tepat dikarenakan tidak dimaksimalkan kekuatan yang sudah ada. Opportunity (kesempatan) adalah faktor positif yang muncul dari lingkungan dan memberikan kesempatan bagi organisasi atau program kita untuk memanfaatkannya.

Opportunity tidak hanya berupa kebijakan atau peluang dalam hal mendapatkan modal berupa uang, akan tetapi bisa juga berupa respon masyarakat atau isu yang sedang diangkat. Threat (ancaman) adalah faktor negative dari lingkungan yang memberikan hambatan bagi berkembangnya atau berjalannya sebuah organisasi dan program. Ancaman ini adalah hal yang terkadang selalu terlewat dikarenakan banyak yang ingin mencoba untuk kontroversi atau out of stream (melawan arus) namun pada kenyataannya organisasi tersebut lebih banyak layu sebelum berkembang.

Manfaat Analisis SWOT Bagi bisnis UKM, manfaat analisis SWOT perusahaan sendiri adalah sebagai strategi penentu masa depan keberlangsungan bisnis perusahaan. Bagaimana sebuah perusahaan menjalankan strategi misinya untuk mencapai tujuan (visi) perusahaan. Analisis SWOT perusahaan ini dapat digunakan oleh stakeholder untuk mengetahui kondisi faktor internal dan eksternal dari perusahaannya.

Fungsi Analisis SWOT Menurut Ferrel dan Harline (2005), fungsi dari Analisis SWOT adalah untuk mendapatkan informasi dari analisis situasi dan memisahkannya dalam pokok persoalan internal (kekuatan dan kelemahan) dan pokok persoalan eksternal (peluang dan ancaman). Analisis SWOT tersebut akan menjelaskan apakah informasi tersebut berindikasi sesuatu yang akan membantu perusahaan mencapai tujuannya atau memberikan indikasi bahwa terdapat rintangan yang harus dihadapi atau diminimalkan untuk memenuhi pemasukan yang diinginkan.

Perencanaan Strategi Setelah dilakukan analisis SWOT, tahap berikutnya adalah melakukan perencanaan strategi. Perencanaan strategi. Perencanaan strategi dilakukan melalui tiga tahap analisis, yaitu : pengumpulan data, Analisis, dan pengambilan keputusan. Pengumpulan data Hipotesis itu sendiri adalah sebuah dugaan kesimpulan sementara tentang suatu hal yang akan diteliti.

hipotesis inilah yang akan dibuktikan oleh peneliti sendiri secara empiris dalam

penelitian yang dilakukannya. Oleh karena itu, untuk bisa membuktikan benar atau tidak hipotesis dari peneliti tersebut, maka sangat pengumpulan data dengan menggunakan cara yang tepat dan benar. Analisis / Gambar 2.3

Matrik SWOT (Sumber: Freddy Rangkuti 2015) Pengambilan keputusan suatu asil atau eluaran dari roses ental atau ognitif yang engusung pada emilih jalan erbuatan antara bebrapa lihan yang ersedia. efinisi ini adalah pengambilan eputusan atau ecision aking atau uatu roses emikiran alam emulihan dari eberapa lternatif atau emungkinan yang paling esuai dengan nila atau ujuan ndivid untuk endapatkan asil atau olusi entang rediksi edepan. / Gambar 2.4

Matrik Strategi Umum (Sumber : Freddy Rangkuti 2015) dalam atrik emetakan iatas akan enunjuka eberapa strategi yang akan ilakukan oleh erusahaan dalam emasarkan asa yang enghasilka roduknya. engertian mengenai atrik iatas erusahaan yang erada dalam uadran I memiliki osisi strategis yang empurna. erusahaan dalam osisi ini memiliki sumber daya yang emadai untuk engambil euntungan dari erbagai eluang ksternal yang uncul i banya idang.

ereka bisa engambil isiko e cara gresif ika per. erusahaan di uadran II erlu e cara erius engevaluasi ndekatan reka erhadap asar. alaupun ndustri ereka engah umbuh, ereka idak ampu ersaing e cara fektif, da ereka erlu encari ahu engapa endekatan perusaha at ni idak fektif erusahaan di kuadra III ersaing di ndustri yang ertumbuh amat serta memiliki posisi kompetitif lemah.

Perusahaan harus segera membuat perubahan drastis untuk menghindari penurunan lebih jauh dan kemungkinan likuidasi. Perusahaan di kuadran IV memiliki posisi kompetitif yang kuat namun berada di dalam industri yang pertumbuhannya lambat. Perusahaan-perusahaan ini mempunyai kekuatan untuk mengadakan program diversifikasi ke bidang-bidang pertumbuhan baru yang lebih menjanjikan.

Karakteristik perusahaan di kuadran IV Konsentrik, horizontal, konglomerasi dan dapat pula join ventura keterangan matrik Kerangka Berpikir Kerangka berpikir menggunakan kualitatif: Untuk memberi gambaran tentang arah penelitian untuk mengetahui strategi pemasaran: Permasalahan pada umkm sablon garment Surabaya membuat visis dan misi perusahaan / Semakin baik membuat visi dan misi untuk bertujuan perusahaan / Semakin meningkatnya tujuan perusahaan untuk melihat lingkungan Eksternal / Semakin meningkatnya tujuan perusahaan untuk melihat lingkungan internal / dalam perusahaan agar mengetahui data internal melalui Matrik SWOT, Diagram SWOT / agar mengetahui data eksternal melalui Matrik SWOT, Diagram SWOT / melihat keadaan perusahaan semakin meningkat di dalam Matrik SWOT, Diagram SWOT dalam membaca analisis data bisa pilih prioritas strategi (persyaratan strategi).

/ Data perusahaan yang sesuai dengan pilih prioritas strategi (persyaratan strategi) bisa membuat strategi selanjutnya SABLON GARMENT SURABAYA /

BAB III

METODE PENELITIAN Jenis Penelitian enelitian ni enggunakan metod enelitian eskriptif ualitatif enelitian eskriptif merupakan etode enelitian yang erusaha enggambara uatu ojek esuai engan eadaan atau ap danya.

Populasi Dan Sampel opulasi ada enelitian ni opulasi erupakan ilayah yang ngin iteliti ang erdiri dari tas obye atau untuk dipelajari dan menarik kesimpulan. Populasi yang akan digunakan sebagai penelitian adalah konsumen jasa sablon garment Surabaya Sampel

Sampel adalah jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut sehingga sampel merupakan bagian dari populasi yang ada, sehingga untuk pengambilan sampel harus menggunakan cara tertentu yang didasarkan oleh pertimbangan-pertimbangan yang ada.

Sampel yang akan digunakan memiliki ketentuan konsumen tetap dan tidak tetap dengan jumlah 20 konsumen Jenis, Sumber Dan Teknik Pengumpulan Data Penelitian Untuk memperoleh data atau informasi mengetahui sesuatu memecahkan persoalan atau untuk mengembangkan ilmu pengetahuan. Untuk mengetahui bagaimana strategi dari suatu perusahaan diperlukan suatu pemahaman yang mendalam terhadap bagaimana perusahaan tersebut menjalankan bisnisnya.

Untuk itulah maka kualitatif. Pada tahap ini digunakan terdiri dari: Jenis data primer yang diambil langsung dari obyek dan data kualitatif atau data yang bersifat deskriptif. Sumber data yang diperoleh dari internal dan eksternal perusahaan. Sumber yang menunjukkan secara langsung situasi dan kondisi perusahaan saat itu.

Teknik pengambilan data dengan menggunakan teknik interview, observasi dan dokumentasi serta data pendukung yang lainnya. Perhitungan data menggunakan Metode Ifas dan Efas untuk mendapatkan dari Analisis SWOT Dan Strategi Pemasaran. Variabel dan Definisi Operasional enguraian efinisi perasiona ariabel-variabe ang aka di eliti erupakan uatu ara ntuk permuda engukura ariabel enelitia.

elain itu uga aka emberikan atasan-batasa pad bjek yan aka iteliti yait: Kekuatan (Strengths) trengths erupakan aktor nternal yan positi yan erperan erhadap elebihan interna pada asa ablon arment urabaya eperti inerja aryawan aik, novati dan reatif dala roduk ang di asilkan, engalaman di idang asa ebih ari 21 tahu, ahan aku ang berkualit, esin-mesin roduksi yan erfungsi engan bai, emampua alam emproduksi jumla artai engan agusnya kualita produ yan dihasilk. Tabel 3.

Iesain nstrumen enelitian ekuatan (trengths) No Deskripsi Kekuatan 1. Tenaga kerja yang ahli dan kompeten dalam bidang tersebut 2. Pemilik perusahaan yang mempunyai pengalaman lebih dari 21 tahun dalam bidang jasa sablon garment 3. Konsumen suka dengan hasil yang di kerjakan oleh jasa sablon garment 4. Bahan baku yang berkualitas 5. Fasilitas mesin produksi yang memadai 6.

ampu emproduks alam umlah esar 7. novatif an reatif alam roduk ang di asilkan 8. Kualitas bahan yang kuat karena menggunakan alat-alat sederhana Kelemahan (Weakness) Eakness erupakan fakto interna ang negativ yan angat erdampak ada erusahaan asa ablon arment urabaya di mas epan.

alah atu eleemahan ada erusahaan jasa sablo arment urabaya yaitu semakin berkurangnya sumber daya manusia pada jasa sablon garment surabaya di sebabkan oleh tidak ada pengalaman di bidang sablon, bahan baku yang sulit untuk di dapatkan pada hari-hari tertentu, persaingan dengan printing di masa sekarang, kurangnya melakukan promosi dan iklan, sistem manajemen kurang tepat.

Dari setiap masing-masing kelemahan yang terdapat pada jasa sablon garment surabaya menyebabkan penurunan pendapatan perusahaan dalam bersaing dalam

pasar. Tabel 3. 2Desain Instrumen

Penelitian Kelemahan (Weakness) No Deskripsi Kelemahan 1. Sumber daya manusia masih lemah 2. Bahan baku yang sangat sulit untuk di dapatkan pada hari-hari tertentu 3. Persaingan di dalam sablon sangat kuat karena disebabkan oleh printing 4.

Kurangnya melakukan promosi dan iklan 5. Sistem manajemen yang tidak teratur
Peluang (Opportunities) Opportunities adalah Jasa sablon garment surabaya sangat berpeluang dalam memasarkan jasa sablon meningkat terbatas. perusahaan sejenisnya, sedikitnya persaingan kompetitor perusahaan sejenis, dan menjadi ke butuhan konsumen. Tabel 3.

3 Desain Instrumen Penelitian Peluang (Opportunities) No Deskripsi Peluang 1. mempunyai elemen dasar yang tidak erbata 2. Harga lebih terjangkau dari kompetitor perusahaan sejenisnya 3 Sedikitnya persaingan kompetitor perusahaan sejenisnya 4. Di butuhkan konsumen untuk mengembangkan baju merk atau no merk 5. Alamat internet bisa di gunakan untuk promosi atau iklan 6.

Bisa meniru dengan pesaing baru seperti (Sablon Digital) Ancaman (Threats) Threats merupakan faktor eksternal yang mampu membuat perusahaan mengalami kegagalan dalam mencapai tujuannya. Ancaman pada jasa sablon garment surabaya adalah pesaing yang inovatif dan kreatif, harga bahan baku yang semakin naik, bahan baku sangat sulit pada hari-hari tertentu, persaingan sablon garment semakin berkurang karena kompetitor beralih dengan teknologi seperti printing pada jaman sekarang, harga produk terlalu murah karena kompetitor yang menggunakan printing berdampak pada sablon garment yang terdahulu. Tabel 3. 4Desain Instrumen
Penelitian Ancaman (Threats) No Deskripsi Ancaman 1.

Kompetitor yang lebih inovatif dan kreatif dalam menawarkan produk konsumen 2. Naiknya harga bahan baku 3. Bahan baku sangat sulit pada hari-hari tertentu 4. Kompetitor lebih beralih dengan peralatan printing 5. Harga produk yang sangat murah karena kompetitor beralih dengan menggunakan peralatan printing yang berdampak pada sablon garment yang terdahulu Tahap selanjutnya adalah memanfaatkan semua informasi tersebut dalam model-model kuantitatif perumusan strategi. salah satu modal yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategi perusahaan adalah matrik SWOT (Fredy Rangkuti, 2009:31) Strategi pemasaran Strategi pemasaran merupakan langkah-langkah yang di lakukan jasa sablon garment surabaya yang dilakukan dalam hal kemampuan pemasaran dalam menerapkan keunggulan bersaing dalam pasar. 3.5

Teknik Dan Analisa Data Teknik analisa data merupakan proses menyederhanakan dan menganalisis data secara sistematis dan rasional sesuai dengan tujuan penelitian kemudian mendeskripsikan data hasil penelitian tersebut dengan narasi untuk memudahkan dalam menginterpretasikan. Untuk selanjutnya, data hasil penelitian pada masing variabel tersebut diinterpretasikan (pengambilan makna) dalam bentuk uraian dan dilakukan penyimpulan.

Analisis Deskriptif Analisis Deskriptif merupakan cara untuk mencari hubungan secara menyeluruh dan teliti dari suatu keadaan, kemudian untuk merumuskan dan menafsirkan data yang ada sehingga memberikan gambaran dan informasi secara jelas mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada jasa sablon garment surabaya. Analisis SWOT Kekuatan (Strengths) Kekuatan adalah sumber daya,

keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan yang diharapkan dapat dilayani.

Kelemahan (Weakness) kelemahan adalah keterbatasan atau kekurangan alam sumber daya, keterampilan atau kemampuan yang secara efektif menghambat kinerja perusahaan. Keterbatasan tersebut dapat berupa fasilitas, sumber daya keuangan, kemampuan manajemen dan keterampilan pemasaran dapat merupakan sumber daya kelemahan perusahaan. Peluang (Opportunities) Peluang merupakan perubahan teknologi dan meningkatnya hubungan antara perusahaan dengan pembeli atau pemasok merupakan gambaran peluang bagi perusahaan.

Ancaman (Threats) Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Ancaman merupakan gangguan utama bagi posisi sekarang atau yang diinginkan perusahaan. Adanya peraturan-peraturan pemerintah yang baru atau yang direvisi dapat merupakan ancaman bagi kesuksesan perusahaan.

Matrik SWOT Matrik dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternative strategi tersebut. Gambar 3.2 Matrik SWOT (Sumber : Fredy Rangkuti (2009:31)) Keterangan gambar diatas adalah : EFAS = eksternal strategic actor analysis IFAS = internal strategic actor analysis Strategi SO iptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang sebesar-besarnya Strategi ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman Strategi WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang Strategi WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman Analisis Faktor-faktor Strategis Internal dan Eksternal (IFAS-EFAS) Faktor strategis adalah faktor dominan dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang memberikan pengaruh terhadap kondisi dan situasi yang ada dan memberikan keuntungan bila dilakukan tindakan positif. (Robert G. Dyson, 1990: 8-12).

Menganalisis lingkungan internal (IFAS) untuk mengetahui berbagai kemungkinan kekuatan dan kelemahan. Menganalisis lingkungan eksternal (EFAS) untuk mengetahui berbagai kemungkinan peluang dan ancaman. Penggunaan metode-metode kuantitatif sangat dianjurkan untuk membuat peramalan (forecasting) dan asumsi-asumsi secara internal.

Adapun langkah-langkah penyusunannya dapat dilihat pada berikut ini : Tabel 3.5 IFAS (Internal Strategic Factor Analysis Summary)

(Sumber: Diklat Spama, 2000) Faktor-Faktor Strategi Internal _ Bobot _ Ranting _ Bobot X Ranting _ Komentar _ KEKUATAN _ _ _ _ _ KELEMAHAN _ _ _ _ _ TOTAL _1,0 _ _ _ _ _

Langkah Penyusunan Tabel IFAS asukan faktor-faktor kekuatan dan kelemahan pada tabel IFAS kolom 1.

Susun 5 sampai dengan 10 faktor dari kekuatan, kelemahan (Fredy Rangkuti, 2001 : 22) berikan bobot masing-masing faktor strategis pada kolom 2, dengan skala 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). semua bobot tersebut jumlah tidak lebih dari skor total = 1,00 (Diklat Spama, 2000 : 13). Faktor-faktor tersebut diberi bobot didasarkan pengaruh posisi strategi (Fredy Rangkuti, 2001 : 22) berikan rating ada 3 untuk masing-masing faktor dengan skala mulai dari 4 (sangat kuat) sampai dengan 1 (lemah), berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap posisi awasan pariwisata bersangkutan.

variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai dari 1 sampai dengan 4 dengan membandingkan terhadap rata-rata pesaing utama. Variabel yang bersifat negatif (semua variabel yang masuk kategori peluang) diberi nilai dari 1 sampai dengan 4 dengan membandingkan dengan rata-rata pesaing utama.

Nilai yang diberikan kepada masing-masing faktor yang akan dianalisis (dari 1,0 (lemah) sampai dengan 4,0 (kuat)) menunjukkan bobot faktor tersebut terhadap strategi perusahaan.

Langkah Penyusunan Tabel EFAS Masukkan faktor-faktor peluang dan ancaman pada Tabel EFAS, kolom 1. Susun 5 sampai dengan 10 faktor dari peluang dan ancaman (Freddy Rangkuti, 2001 : 22) Berikan bobot masing-masing faktor strategis pada kolom 2, dengan skala 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Semua bobot tersebut jumlahnya tidak melebihi dari skor total = 1,00 (Diklat Spama, 2000 : 13).

Faktor-faktor itu diberi bobot berdasarkan pada dapat memberikan dampak pada faktor strategis. Berikan rating dalam kolom 3 untuk masing-masing faktor dengan skala mulai dari 4 (sangat kuat) sampai dengan 1 (lemah). Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori peluang) diberi nilai dari 1 sampai dengan 4 dengan membandingkan dengan rata-rata pesaing utama.

variabel yang bersifat negatif kebalikannya,) nilainya adalah 1, sedangkan jika nilai ancaman kecil/di bawah rata-rata pesaing-pesaingnya nilainya 4. Kalikan bobot dengan nilai (rating) untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (menonjol) sampai dengan 1,0 (lemah).

Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi kawasan pariwisata yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana kawasan pariwisata bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya. Tabel 3. 6 EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary) (Sumber: Diklat Spama, 2000)

Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating	Komentar
PELUANG	_____	_____	_____	_____
ANCAMAN	_____	_____	_____	_____
TOTAL	_____	_____	_____	_____

Diagram SWOT / Gambar 3.

3. Diagram SWOT (Sumber: Freddy Rangkuti, 2001 : 22) Keterangan Gambar Diatas : Pada kuadran I (SO Strategi): Strategi umum yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah menggunakan kekuatan perusahaan untuk mengambil setiap keunggulan pada kesempatan yang ada. Pada kuadran II (ST Strategi): Menjadikan setiap kekuatan untuk menghadapi setiap ancaman dengan menciptakan diversifikasi untuk menciptakan peluang.

Pada kuadran III (WQ Strategi): Perusahaan dapat membuat keunggulan pada kesempatan sebagai acuan untuk memfokuskan kegiatan dengan menghindari kelemahan. Pada kuadran IV (WT Strategi): Meminimumkan segala kelemahan untuk menghadapi setiap ancaman.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN Deskripsi Operasional Pada ini menjelaskan

tentang gambaran umum obyek penelitian.

Dimana, obyek penelitian ini adalah jasa sablon garment Surabaya. Profil Perusahaan / Gambar 4.2 Tempat Sablon Raber (Sumber: Perusahaan Sablon Garment Surabaya) Sablon garment Surabaya merupakan perusahaan jasa di bidang fashion yang menerima pembuatan sablon, bordir dan konveksi. Perusahaan ini berdiri pada tahun 1994 yang didirikan oleh Ibu Suhartingtyas.

Awalnya perusahaan ini hanya menerima jasa pembuatan sablon dengan segala jenis macam baju. Guna memenuhi kebutuhan pasar yang semakin berkembang maka pemilik mengembangkan usahanya di bidang bordir dan konveksi. / Gambar 4.3 Tempat Sablon Patisol (Sumber: Perusahaan Sablon Garment Surabaya) Sistem yang diterapkan di sablon garment ini yaitu konsumen menyerahkan bahan setengah jadi berupa kain potongan dan gambar desain kepada pemilik untuk disablon atau bordir atau dijahit agar gambar sesuai dengan keinginan konsumen.

Untuk konsumen yang tidak memiliki ide desain, sablon garment memberikan fasilitas pembuatan beberapa gambar yang nantinya akan dipilih oleh konsumen. Pada tahun pertama berdiri perusahaan ini memiliki kendala yaitu hanya memiliki 3 konsumen tetap dan media yang digunakan dalam proses produksi masih manual. Saat ini total seluruh konsumen tetap dan tidak tetap yang dimiliki oleh sablon garment berjumlah lebih dari 20 konsumen.

Deskripsi Data hasil Penelitian Analisis SWOT Sablon Garment Surabaya Analisis SWOT dalam menghadapi suatu persaingan, suatu unit usaha harus mengenali lingkungannya, baik lingkungan internal maupun lingkungan eksternal. Lingkungan internal (internal environment) adalah kondisi dan kekuatan dalam suatu organisasi. Ini, biasanya, terkait dengan unsur-unsur dalam organisasi, termasuk karyawan saat ini, manajemen, dan [[budaya perusahaan]].

Elemen Lingkungan internal terdiri dari berbagai elemen yang ada di dalam organisasi, yang dapat mempengaruhi keberhasilan, pendekatan operasi, dan keputusan organisasi. Ini dapat berbentuk seperti individu dalam organisasi, lingkungan kerja, budaya, peralatan, proses kerja, praktik manajemen. . Organisasi Berdasarkan pengumpulan informasi dan analisis data pada UMKM SABLON GARMENT SURABAYA , maka dapat disusun menggunakan analisi SWOT sebagai berikut.

Identifikasi Faktor-Faktor strategi Internal Dan Eksternal Untuk mendapatkan formulasi yang strategi maka setelah mengidentifikasi faktor internal (Kekuatan Dan Kelamahan). Serta faktor. Kemudian disusun tabel faktor-faktor strategi internal dan eksternal sebagai berikut: Tabel 4.1 Faktor Internal Dan Eksternal Faktor Internal _Faktor Eksternal _ _Penelitian Kekuatan (Strengths) _Penelitian Peluang (Opportunities) _ _Tenaga kerja yang ahli dan kompeten dalam bidang tersebut Pemilik perusahaan yang mempunyai pengalaman lebih dari 21 tahun dalam bidang jasa sablon garment Konsumen suka dengan hasil yang di kerjakan oleh jasa sablon garment Bahan baku yang berkualitas Fasilitas mesin produksi yang memadai Mampu memproduksi dalam jumlah besar dalam produk yang di dihasilkan Kualitas bahan yang kuat karena menggunakan alat-alat seder hana _Mempunyai segmen pasar yang tidak terbatas Harga lebih terjangkau dari kompetitor perusahaan sejenisnya Sedikitnya persaingan kompetitor perusahaan sejenisnya Di butuhkan konsumen untuk mengembangkan baju merk atau no merk

Alamat internet bisa di gunakan untuk promosi atau iklan Bisa meniru dengan pesaing baru seperti (Sablon Digital) __Penelitian Kelemahan (Weakness) _Penelitian Ancaman (Threats) __Sumber daya manusia masih lemah Bahan baku yang sangat sulit untuk di dapatkan pada hari-hari tertentu Persaingan di dalam sablon sangat kuat karena disebabkan oleh printing Kurangnya melakukan promosi dan iklan Sistem manajemen yang tidak teratur _Kompetitor yang lebih inovatif dan kreatif dalam hal menarik perhatian konsumen Naiknya harga bahan baku Bahan baku sangat sulit pada hari-hari tertentu Kompetitor lebih beralih dengan peralatan printing Harga produk yang sangat murah karena kompetitor beralih dengan menggunakan peralatan printing yang berdampak pada sablon garment yang terdahulu __ Matriks SWOT Tabel 4.

2 Matriks SWOT Faktor Internal Faktor Eksternal _Kekuatan (Strengths) _Kelemahan (Weakness) __Tenaga kerja yang ahli dan kompeten dalam bidang tersebut Pemilik perusahaan yang mempunyai pengalaman lebih dari 21 tahun dalam bidang jasa sablon garment Konsumen suka dengan hasil yang di kerjakan oleh jasa sablon garment Bahan baku yang berkualitas Fasilitas mesin produksi yang memadai Mampu memproduksi dalam jumlah besar Inovatif dan kreatif dalam produk yang di hasilkan Kualitas bahan yang kuat karena menggunakan alat-alat seder hana _Sumber daya manusia masih lemah Bahan baku yang sangat sulit untuk di dapatkan pada hari-hari tertentu Persaingan di dalam sablon sangat kuat karena disebabkan oleh printing Kurangnya melakukan promosi dan iklan Sistem manajemen yang tidak teratur _____Peluang (Opportunities) _Strategi S-O _Strategi W-O __Mempunyai segmen pasar yang tidak terbatas Harga lebih terjangkau dari kompetitor perusahaan sejenisnya Sedikitnya persaingan kompetitor perusahaan sejenisnya Di butuhkan konsumen untuk mengembangkan baju merk atau no merk Alamat internet bisa di gunakan untuk promosi atau iklan Bisa meniru dengan pesaing baru seperti (Sablon Digital) _ Memasarkan produk dengan mencari keunggulan produk yang dipasarkan Memperluas pemasaran Menggunakan media sosial untuk promosi atau iklan _ Memiliki alternatif lain ketika bahan baku sulit didapatkan Memberikan penjelasan kepada masyarakat bahwa sablon garment lebih baik dari printing (sablon digital) Memberikan manajemen sebaik mungkin.

_ _Ancaman (Threats) _Strategi S-T _Strategi W-T __Kompetitor yang lebih inovatif dan kreatif dalam hal menarik perhatian konsumen Naiknya harga bahan baku Bahan baku sangat sulit pada hari-hari tertentu Kompetitor lebih beralih dengan peralatan printing Harga produk yang sangat murah karena kompetitor beralih dengan menggunakan peralatan printing yang berdampak pada sablon garment yang terdahulu _Memaksimalkan fasilitas alat produksi agar harga produksi lebih murah Memberikan review pelanggan di media sosial Memberikan perbedaan hasil sablon manual dengan sablon digital _Memberikan pelatihan kerja agar karyawan lebih kreatif dan inovatif Mencari alternatif lain untuk bahan baku yang murah Memperkenalkan sablon manual ke acara seminar atau acara di media sosial __ Dari tabel analisis SWOT diatas menyebutkan : Kekuatan (S) Tenaga kerja yang ahli dan kompeten dalam bidang tersebut Pemilik perusahaan yang mempunyai pengalaman lebih dari 21 tahun dalam bidang jasa sablon garment Konsumen suka dengan hasil yang di kerjakan oleh jasa sablon garment Bahan baku yang berkualitas Bahan-bahan kain yang pilihan Bahan-bahan cat atau warna sablon yang dipilih untuk sesuai dengan kain.

Fasilitas mesin atau peralatan produksi yang memadai Memperbarui mesin atau peralatan sesuai dengan jaman untuk menjaga kualitas produk Mampu memproduksi

dalam jumlah besar Mempunyai tenaga kerja yang mencukupi dalam memproduksi berjumlah besar Inovatif dan kreatif dalam produk yang di hasilkan Hasil dari design yang unik untuk mempercantik atau pantas dipandang yang diinginkan oleh konsumen Kualitas bahan yang kuat karena menggunakan alat-alat sederhana Kelemahan (W) Sumber daya manusia masih lemah Mencari sumber daya manusia atau karyawan sangat sulit disebabkan karyawan merasa tidak mampu dibidang sablon manual Karyawan baru merasa tidak percaya diri dibidang sablon manual Bahan baku yang sangat sulit untuk di dapatkan pada hari-hari tertentu Persaingan di dalam sablon sangat kuat karena disebabkan oleh sablon digital (printing) Karena konsumen memilih kecepatan waktu yang dihasilkan oleh sablon digital (printing) Kurangnya melakukan promosi dan iklan Sistem manajemen yang tidak teratur Peluang (O) Mempunyai segmen pasar yang tidak terbatas Harga lebih terjangkau dari kompetitor perusahaan sejenisnya Sedikitnya persaingan kompetitor perusahaan sejenisnya.

Disebabkan oleh sablon digital karena masyarakat yang mempunyai sablon manual setiap bulannya menurun Di butuhkan konsumen untuk mengembangkan baju merk atau no merk Alamat internet bisa di gunakan untuk promosi atau iklan Bisa meniru dengan pesaing baru seperti (Sablon Digital) Ancaman (T) Kompetitor yang lebih inovatif dan kreatif dalam hal menarik perhatian konsumen Naiknya harga bahan baku Bahan baku sangat sulit pada hari-hari tertentu Pada hari-hari tertentu seperti : (Naiknya Dollar) bisa mempengaruhi harga bahan mentahan seperti kain dan bisa mempengaruhi bahan-bahan yang dibutuhkan sablon manual seperti cat, peralatan sablon manual.

Kompetitor lebih beralih dengan peralatan sablon digital (printing) Kompetitor atau pemilik perusahaan sablon manual memilih peralatan sablon digital (printing) Harga produk yang sangat murah karena kompetitor beralih dengan menggunakan peralatan printing yang berdampak pada sablon garment yang terdahulu Strategi (S-O) Memasarkan produk dengan mencari keunggulan produk yang dipasarkan Memperluas pemasaran Menggunakan media sosial untuk promosi atau iklan Strategi (W-O) Memiliki alternatif lain ketika bahan baku sulit didapatkan Memberikan penjelasan kepada masyarakat bahwa sablon garment lebih baik dari printing (sablon digital) Memberikan manajemen sebaik mungkin Strategi (S-T) Memaksimalkan fasilitas alat produksi agar harga produksi lebih murah Memberikan review pelanggan di media sosial Memberikan perbedaan hasil sablon manual dengan sablon digital Strategi (W-T) Memberikan pelatihan kerja agar karyawan lebih kreatif dan inovatif Mencari alternatif lain untuk bahan baku yang murah Memperkenalkan sablon manual ke acara seminar atau acara di media sosial METODE IFAS DAN EFAS Mengetahui Kekuatan (Strengths) Ukuran Bobot: 1 : Sedikit Penting 3 : Penting 2 : Agak Penting 4 : Sangat Penting Ukuran Ranting Kekuatan (Strengths): 1 : Sedikit Penting 3 : Kuat 2 : Agak Penting 4 : Sangat Kuat Tabel 4.

3 Kuisisioner Internal Faktor Analisis Strategi

untuk mengetahui kekuatan (Strengths)/ Mengetahui Kelemahan (Weakness) Ukuran Bobot: 1 : Sedikit Penting 3 : Penting 2 : Agak Penting 4 : Sangat Penting Ukuran Ranting Kelemahan (Weakness): 1 : Sedikit Penting 3 : Kuat 2 : Agak Penting 4 : Sangat Kuat Tabel 4. 4 Tabel Kuisisioner Internal Factor Analysis Strategy

Untuk Mengetahui Kelemahan (Weakness) / Mengetahui Peluang (Opportunities)

Ukuran Bobot: 1 : Sedikit Penting 3 : Penting 2 : Agak Penting 4 : Sangat Penting

Ukuran Ranting Peluang (Opportunities): 1 : Sedikit Penting 3 : Kuat 2 : Agak Penting 4 :

Sangat Kuat Tabel 4.

5 Tabel Kuisisioner Eksternal Factor Analysis Strategy

Untuk Mengetahu Peluang (opportunities) / Mengetahui Ancaman (Threats) Tabel 4. 6

Tabel Kuisisioner Eksternal Factor Analysis Strategy

Untuk Mengetahui Ancaman (Threats)/ Ukuran Bobot: 1 : Sedikit Penting 3 : Penting 2 : Agak Penting 4 : Sangat Penting Ukuran Ranting Ancaman (Threats): 1 : Sedikit Penting 3 : Kuat 2 : Agak Penting 4 : Sangat Kuat Berdasarkan hasil-hasil yang didapat dari analisis internal dan eksternal pada tabel diatas, hasilnya dapat dirangkum sebagai berikut : Tabel 4.

7 Hasil Analisis internal dan eksternal No _Keterangan _Total Skor __1 _Kekuatan (Strengths) _3.89 __2 _Kelemahan (Weakness) _2.00 __3 _Peluang (Opportunities) _3.68 __4 _Ancaman (Threats) _3.00 __ Untuk mencari koordinatnya, dapat dicari dengan cara sebagai berikut : Tabel 4. 8 Koordinat Analisis Internal Dan Eksternal No _Keterangan _Rumus _Kordinat __1 _Kekuatan (Strengths) - Kelemahan (Weakness) _3.89 - 2.00 _1.89 __2 _Peluang (Opportunities) - Ancaman (Threats) _3.68 - 3.00 _0.68 __ Diagram SWOT Sablon Garment Surabaya/ Gambar 4.4

Diagram SWOT UMKM Sablon Garment Surabaya Hasil Penelitian (Perhitungan dan Pengolahan Data) Dari hasil Penelitian, Umkm Sablon Garment Surabaya melakukan analisis secara berkala sehingga untuk strategi pemasaran bisa lebih dalam lagi. Berdasarkan matriks SWOT yang ditunjukkan pada Gambar 4.2.5 memperlihatkan bawah UMKM Sablon Garment Surabaya masuk ke dalam kuadran I yang artinya UMKM Sablon Garment Surabaya ini menggunakan strategi agresif: Merupakan posisi yang sangat menguntungkan. Sebuah bidang mempunyai peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada secara maksimal.

Seyogyanya menerapkan strategi yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. Perbedaan dan Pembahasan Hasil Penelitian Berdasarkan hasil rumusan strategi matrik SWOT dan perencanaan kombinasi strategi SWOT, maka hasil dari rumusan strategi matrik SWOT ialah strategi S-O karena memiliki nilai yang paling tinggi yaitu 3.89-3.68 kemudian W-O dengan nilai 2.00-3.68, S-T dengan nilai 3.89-3.00 dan W-T dengan nilai 3.68-3.00.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN Kesimpulan Berdasarkan hasil analisis pada penelitian ini, dengan menggunakan analisis SWOT adalah : Melalui analisis maka Sablon Garment Surabaya memiliki Kekuatan (Strengths) secara internal dan Sablon Garment Surabaya ada posisi Kuadran 1 (satu ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan). Perusahaan Sablon Garment Surabaya tersebut memiliki sehingga dapat memanfaatkan Hasil dari perhitungan strategi matrik SWOT adalah cenderung ke strategi S-O (Strengths-Opportunities) karena memiliki nilai yang paling tinggi yaitu : 3.89 (tiga koma delapan sembilan)-3.68 (tiga koma enam delapan).

Strategi yang bisa diterapkan Sablon Garment Surabaya adalah strategi S-O, yaitu: Memasarkan produk dengan mencari keunggulan produk yang dipasarkan Memperluas pemasaran Menggunakan media sosial untuk promosi atau iklan Saran Dari hasil analisis SWOT kelemahan yang ada pada Sablon Garment Surabaya sebaiknya dievaluasi, seperti kelemahan yaitu: Sumber daya manusia masih lemah Mencari sumber daya

manusia atau karyawan sangat sulit disebabkan karyawan merasa tidak mampu dibidang sablon manual Karyawan baru merasa tidak percaya diri dibidang sablon manual Bahan baku yang sangat sulit untuk di dapatkan pada hari-hari tertentu Persaingan di dalam sablon sangat kuat karena disebabkan oleh sablon digital (printing) Karena konsumen memilih kecepatan waktu yang dihasilkan oleh sablon digital (printing) Kurangnya melakukan promosi dan iklan Sistem manajemen yang tidak teratur Dari data analisis SWOT ini alangkah baiknya Sablon Garment Surabaya harus mengetahui analisis SWOT yang dibuat oleh peneliti ini, untuk memaksimalkan an analisis SWOT perusahaan Sablon Garment Surabaya dan Sablon Garentment memperkenalkan Sablon manual ke jaman sekarang biar masyarakat harus mengetahui dengan sejarah sablon manul biar tidak tergerus jaman Untuk menghindari ancaman yang dimiliki hendaknya perlu menjaga kualitas yang baik dan menjaga kepercayaan konsumen pada perusahaan Sablon Garment Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA Afrillita, N. (2013). NALISIS WOT ALA ENENTUKAN TARTEG EMASARA EPEDA ONTO PAD PT.

AMEKARIND INDA DI SAMARINDA. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 1 (1): 56-57. Asiyah, D. N.

(2017). ANALISIS SWOT TAHUN 2017 SEBAGAI MENETAPKAN STRATEGI TAHUN 2008-2020 PADA PT. ASFIYAK GRAHA MEDIKA. *Simki-economi*, 01 No 05. Gonibala, N.

(2019). ANALISIS PENGARUH MODAL DAN BIAYA PRODUKSI TERHADAP PENDAPATAN

UMKM DI KOTA MOBAGU. 19 No 1. Handayani, R. (2017).

ANALISIS PERAN PERBANKAN PERLUASAN PASAR DAN QUALITY KONTROL DALAM

UPAYA MENGEMBANGKAN UMKM BERDAYA SAING STUDI KASUS UMKM di Kecamatan Medan Denai Kota Medan. *jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 17 No 2. Hardiyanto, A. (2018). ANALISIS STRATEGI PEMBANGUNAN DESA WISATA DI

SENTRA PENGRAJIN KERIS. *Jurnal Opsi*, 11 NO 1. Hidayat, R. (Maret 2018).

ANALISI SWOT SEBAGAI DASAR KEPUTUSAN STRATEGI PEMASARAN PADA PERUSAHAAN SERVER PULSA DI KOTA BATAM (STUDI KASUS PADA CV. STAR PRATAMA). *Journal Of Applied Business Administration*, 3 No 1. Lehtine, N. (2017).

IMPROVING THE NATIONAL STRATEGIC MARKETING ANALYSIS. *Journal Bachelor's*

thesis Business Management. Sadat, A. (2018). COMPETITIVE ADVANTAGE AND ITS IMPACTON NEW PRODUCT DEVELOPMENT STRATEGY (CASE STUDY : TOOS NIRRO

TECHINICAL FIRM). *Journal Open Innov Techuol Mark*.

Sanjaya, D. A. (t.thn.). SWOT ANALYSIS AS STRATEGI TO IMPROVE COMPETITIVENESS

OF DURIAN PANCAKE MEDIUM ENTERPRISES. *Journal Online Jaringan Cot Polipd*. Shapoval, Y. (2017). THE MARKETING ROLE IN IMPROVING THE COMPETITIVENESS OF

THE REGION. *Journal Of Economic Studies*, 3 No 4. Soiohumaniora, M. R. (2017).

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH DALAM

PENGUATAN EKONOMI KERAKYATAN (Studi Kasus Pada Usaha Roti Maros Di Kabupaten Maros). 19 No 2.

Ungerman, O. (2018). THE IMPACT OF MARKETING INNOVATITIVENESS OF ENTERPRISES IN THE CONTEXT OF INDUSTRY 4.0. *Journal Of Competitive*, 10. Wibowo,

D. H. (2015). ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING

UMKM (STUDI PADA BATIK DIAJENG SOLO). *Jurnal Adminitrasi Bisnis (JAB)*, 29 No 1.

Widayanto. (2017). ANALISIS PROSES BISNIS USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM)

KONVEKSI RYAN COLLECTION DI KABUPATEN KUDUS. *Jurnal Adminitrasi Bisnis*, 6 No 1.

Zia, H. K. (2018).

ANALISIS SWOT SEBAGAI PENENTU STRATEGI PEMASARAN PADA RUMAH SAKIT GIGI

DAN MULUT BAITURRAHMAH PADANG. *Jurnal Kesehatan Andalas*, 7.

Lampiran I BIODATA PENULIS

WAWANCARA UMKM SABLON GARMENT SURABAYA Apa nama perusahaan ibu Suhartingtyas yang jalankan selama ini? Sablon Garment Surabaya. Apa yang dikerjakan diUMKM Sablon Garment surabaya dan cara mengerjakan Sablon bagaimana? CMT (potongan, membuat, potongan) dan Sablon ini bukan Digital mas tapi Sablon manual yang ada sejarahnya. Berdiri tahun berapa Sablon Garment Surabaya ini dan ada berapa karyawan? Tahun 1994.

Pada saat awal berdiri karyawan kami hanya memiliki 2 karyawan tetapi semakin banyaknya orang yang membutuhkan jasa maka kami merekrut beberapa orang lagi dan sekarang kami memiliki 6 karyawan. Dalam satu hari dapat menghasilkan berapa baju yang diSablon? Satu hari dapat menghasilkan 500 baju. Ada berapa konsumen yang melakukan transaksi diUMKM Sablon Garment Surabaya, apakah setiap tahunnya tetap atau bertambah? Setiap tahunnya konsumen yang datang tidak menentu tergantung pada permintaan pasar.

Untuk pembelian bahan baku proses produksi diUMKM Sablon Garment Surabaya apakah memiliki kendala? Apa yangbg perusahaan yang lakukan pada kendala itu muncul? Mencari alternatif lain untuk bahan baku yang murah

INTERNET SOURCES:

<1% - <http://repository.unair.ac.id/view/year/2010.html>

<1% -

<https://www.scribd.com/document/350377368/ANALISIS-KENDALA-DAN-RISIKO-PENER>

APAN-PEMBIAYAAN-SALAM-PADA-BANK-UMUM-SYARIAH-DI-SURAKARTA-pdf

<1% - <http://eprints.undip.ac.id/59395/1/COVER.pdf>

<1% - http://eprints.undip.ac.id/48259/2/HALAMAN_DEPAN_%2B_ABSTRAK.pdf

<1% - <https://makalah.id/surat-pernyataan-menjalankan-usaha-lengkap-dan-terbaru/>

<1% -
<https://www.scribd.com/document/344195496/Pengaruh-Self-Efficacy-Terhadap-Hasil>
 <1% - <http://eprints.ums.ac.id/32242/13/10.%20NASKAH%20PUBLIKASI%20FINIS.pdf>
 <1% - <http://lontar.ui.ac.id/file?file=digital/20280383-S616-Analisis%20tarif.pdf>
 <1% - <http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/20296251-S1738-Merysa%20Amanda.pdf>
 <1% - <http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/20351543-PR-Manggarsari.pdf>
 <1% - <http://etheses.uin-malang.ac.id/10859/1/13110180.pdf>
 <1% - <https://supercontohskripsi.blogspot.com/2014/>
 <1% - <https://www.inilahkoran.com/rss/kanal/nasional>
 <1% -
<http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/20319639-S-PDF-Faridz%20Akhmad%20Mauludin.pdf>
 <1% -
<http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/33543/1/RISKI%20AMELIA%20-%20FSH.pdf>
 <1% - <https://www.masukuniversitas.com/contoh-kata-pengantar-makalah/>
 <1% - <http://manajemen.fenaro.narotama.ac.id/feeds/posts/default>
 <1% -
<https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/2477/TA%20-%20Allan%20Cahyana%20Subangkit%20-%2000309U046.pdf?sequence=1>
 <1% - <http://skripsi.narotama.ac.id/files/01207075.pdf>
 <1% - <https://id.scribd.com/doc/297288659/Pendapatan-Petani-Plasma-Kelapa-Sawit>
 <1% - <http://lib.unnes.ac.id/18724/1/6211409048.pdf>
 <1% -
<http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/8317/1/BADI%27U%20RAJAB-FSH.pdf>
 <1% - <https://www.rijalhabibulloh.com/2014/08/contoh-prakata-dalam-skripsi.html>
 <1% - <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/12506/1/dwi%20maharani.pdf>
 <1% -
http://eprints.ubhara.ac.id/453/1/MASIDA%20PURNAWATI%20%281512121177%29_SKRIPSI_MANAJEMEN_BABI-V.pdf
 <1% -
<https://www.bartleby.com/questions-and-answers/how-can-a-company-gain-a-competitive-advantage-by-having-higher-productivity-than-its-competitors-ha/73b0952e-01d6-417a-bb8a-2889fb2fc387>
 <1% -
<http://www.ijstr.org/final-print/feb2020/Development-Strategy-For-Sustainable-Farming-Of-Purple-Sweet-Potatoes-In-West-Muna-Regency-Indonesia.pdf>
 <1% - https://eprints.uns.ac.id/32067/1/F3212079_pendahuluan.pdf
 <1% -
<http://www.repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/37992/1/IRFAN%20ZEVI-FEB.pdf>
 <1% - <http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/20302635-S1967-Miftahul%20Huda.pdf>
 <1% -
<http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/50226/Chapter%20I.pdf;sequence=5>
 <1% -
<https://id.123dok.com/document/6qmwk4z8-analisis-daya-saing-usaha-ekonomi-kreatif-kota-medan.html>
 <1% - <http://repository.unib.ac.id/9051/2/IV%20CV%20CLAMP%20CII-14-kom.FK.pdf>
 <1% -

<https://id.123dok.com/document/6zkp604q-rancangan-program-pendidikan-konservasi-pesantren-darul-muttaqien-bogor.html>
 <1% -
http://digilib.uin-suka.ac.id/29082/1/13820189_BAB-I_IV-atau-V_DAFTAR-PUSTAKA.pdf
 <1% - <https://yudimhsnarotama.blogspot.com/2013/07/analisis-matrik-swot.html>
 <1% - <https://elisanarotama.blogspot.com/2014/04/v-behaviorurldefaultvmlo.html>
 <1% -
https://www.researchgate.net/publication/327110052_Peluang_dan_Tantangan_Industri_Teknologi_Pengolahan_Hasil_Perikanan_dalam_Mendukung_Terwujudnya_Lumbung_Ika_n_Nasional_LIN_di_Maluku_Utara
 <1% - <https://supriatiku.blogspot.com/>
 <1% -
<https://repository.ipb.ac.id/bitstream/handle/123456789/2689/BAB%20II%20TINJAUAN%20PUSTAKA.pdf?sequence=7&isAllowed=y>
 <1% - https://issuu.com/perhutani/docs/dr_60-sep-okt-gabung
 <1% -
<https://lppmunigresblog.files.wordpress.com/2016/05/cahaya-kampus-jurnal-volume-13-no-2-2015-desember.doc>
 <1% -
<https://www.deherba.com/pilihan-obat-kuat-di-apotik-yang-terbukti-dan-aman.html>
 <1% -
https://www.researchgate.net/publication/314225538_Analisa_Kelayakan_Perencanaan_Penerapan_Teknologi_IPTV_untuk_Meningkatkan_Nilai_Bisnis_Perusahaan
 <1% -
<https://menulisilmiah123.blogspot.com/2017/10/analisis-gangguan-sistem-transmisi.html>
 <1% -
<https://id.123dok.com/document/myj7r66y-implementasi-sistem-informasi-administrasi-kependudukan-kecamatan-medan-denai.html>
 <1% - <https://bersamalaskarakal sehat.blogspot.com/2014/05/juet-lempeni-sentul.html>
 <1% - <http://jurnal.fk.unand.ac.id/index.php/jka/article/download/914/768>
 <1% -
<https://alanarifin21.blogspot.com/2015/10/review-jurnal-manajemen-strategi.html>
 <1% - <https://satujam.com/peluang-usaha/>
 <1% - http://eprints.dinus.ac.id/16555/1/jurnal_15540.pdf
 <1% -
<https://idtesis.com/pembahasan-lengkap-teori-pengembangan-desa-wisata-menurut-para-ahli-dan-contoh-tesis-pengembangan-desa-wisata/>
 <1% - <http://digilib.uinsby.ac.id/2597/5/Bab%202.pdf>
 1% -
<https://www.pinterpandai.com/analisis-swot-metode-perencanaan-strategis-bisnis-dancontohnya/>

 <1% -
<https://sdkabdul.blogspot.com/2017/03/makalah-fungsi-poac-planning-organizing.html>
 <1% - <http://journal.unpar.ac.id/index.php/Sosial/article/download/183/168>
 <1% - <https://ndacinting.blogspot.com/2010/04/matriks-ifas-dan-efas.html>
 <1% - <https://jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/jpim/article/download/249/237>
 <1% -

<https://michaelayersblog.wordpress.com/2015/01/22/analysis-swot-of-pt-indofood-sukses-makmur-tbk-2/>
<1% -
<https://www.pelajaran.co.id/2018/16/pengertian-komponen-manfaat-faktor-dan-contoh-analisis-swot.html>
<1% - <https://pengajar.co.id/analisis-swot/>
<1% -
<https://www.akuntansilengkap.com/manajemen/komponen-faktor-serta-contoh-analisis-swot-dan-penjelasan/>
<1% - <https://sijai.com/contoh-analisis-swot/>
<1% -
<https://catatanpamong.blogspot.com/2012/11/contoh-penerapan-analisis-swot.html>
<1% - <https://cpssoft.com/blog/bisnis/pengertian-analisis-swot/>
<1% -
https://hannayulina.blogspot.com/2012/12/analisis-swot-dan-trait-and-factor_9137.html
<1% -
<http://www.konsultanrumahsakit.com/home/index.php?page=detail&cat=8&id=87>
<1% -
<http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2/2015-1-01366-SI%20Bab2001.pdf>
<1% -
<http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/65617/Chapter%20II.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
<1% - <https://ckinknoazoro.com/2016/05/07/intisaribuku-analisis-swot-freddy-rangkuti/>
<1% -
<https://sinauyuu.blogspot.com/2019/01/8-sm-lusiana-sari-prof-dr-ir-hapzi-ali.html>
1% - <https://www.kajianpustaka.com/2013/03/strengths-weakness-opportunities.html>
<1% - <https://hipni.blogspot.com/2011/09/pengertian-analisis-swot.html>
<1% - <https://arungkiting.blogspot.com/2014/10/makalah-analisis-swot-strengths.html>
<1% - <https://mejengbareng-bareng.blogspot.com/2013/01/analisis-swot-kia.html>
<1% - <https://syukronassyakur.blogspot.com/2013/09/pengertian-analisis-swot.html>
<1% - <https://www.papermakalah.com/2017/10/makalah-analisis-swot.html>
<1% - <https://baguskriswanto.wordpress.com/2012/09/19/teori-analisis-swot/>
<1% - <https://sleekr.co/blog/analisis-swot-untuk-bisnis-ukm/>
<1% -
<https://rakyatmerdekanews.com/2020/06/05/mulai-usaha-di-masa-pandemi-ini-analisis-swot-strateginya/>
<1% -
<https://sandblog.com/info/pengertian-swot-dan-bcg-menurut-para-ahli-beserta-contoh/>
<1% -
<http://staff.uny.ac.id/sites/default/files/pengabdian/dr-sutrisna-wibawa-mpd/makalah-strategi-bisnis-ukm.pdf>
<1% -
<https://atibilombok.blogspot.com/2014/06/makalah-penerian-hipotesis-dan-bentuk.html>
<1% - <https://henrich27.blogspot.com/2013/11/pemilihan-strategi.html>
<1% -
<https://yuli-azzahra.blogspot.com/2012/06/review-analisis-dan-pilihan-strategis.html>
<1% -

<http://www.pekerjadata.com/2014/08/ANALISIS-PENGARUH-INOVASI-NILAI-TERHADAP-KEPUASAN-PELANGGAN-Studi-Kasus-Pada-Utero-Sinar-Jaya-Kreasindo-Malang.html>
 <1% - http://repository.upi.edu/203/6/S_PJKR_0802558_CHAPTER%203.pdf
 <1% - <https://farelbae.wordpress.com/catatan-kuliah-ku/konsep-dasar-populasi-dan-sampel-penelitian/>
 <1% - <https://afidburhanuddin.wordpress.com/2013/09/24/cara-memilih-masalah/>
 <1% - <https://azharnasri.blogspot.com/2015/04/sumber-data-jenis-data-dan-teknik.html>
 <1% - <http://digilib.unmuhjember.ac.id/files/disk1/45/umj-1x-andikprada-2245-1-jurnal.pdf>
 1% - [http://skripsi.narotama.ac.id/files/ANALISIS%20STRATEGI%20PEMASARAN%20PRODUK%20GARMENT%20SECARA%20ONLINE%20MELALUI%20SITUS%20WEBSITE%20\(WWW.VIDOGARMENT.COM\).docx](http://skripsi.narotama.ac.id/files/ANALISIS%20STRATEGI%20PEMASARAN%20PRODUK%20GARMENT%20SECARA%20ONLINE%20MELALUI%20SITUS%20WEBSITE%20(WWW.VIDOGARMENT.COM).docx)
 <1% - <https://core.ac.uk/download/pdf/43007135.pdf>
 <1% - <https://cahayalaili.blogspot.com/2011/05/teknik-pengolahan-data-deskriptif.html>
 <1% - [http://karyailmiah.narotama.ac.id/files/STRATEGI%20PEMASARAN%20PRODUK%20SOUVENIR%20SECARA%20ONLINE%20\(STUDI%20KASUS%20WWW.SOUVENIR-KU.COM\).pdf](http://karyailmiah.narotama.ac.id/files/STRATEGI%20PEMASARAN%20PRODUK%20SOUVENIR%20SECARA%20ONLINE%20(STUDI%20KASUS%20WWW.SOUVENIR-KU.COM).pdf)
 f
 <1% - <http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/60705/Chapter%20II.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
 <1% - <https://bahrull.blogspot.com/2010/12/makalah-manajemen-strategi-audit.html>
 <1% - <http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/59530/Chapter%20II.pdf;sequence=3>
 <1% - <https://idr.uin-antasari.ac.id/10632/6/BAB%20III.pdf>
 <1% - <http://digilib.uinsby.ac.id/2381/5/Bab%202.pdf>
 2% - <https://media-amran.blogspot.com/2010/08/analisis-swot.html>
 <1% - http://repository.upi.edu/15570/5/T_PK_1201422_Chapter3.pdf
 <1% - <https://vvhavgod.blogspot.com/2011/02/analisis-swot.html>
 <1% - <https://www.scribd.com/document/362317684/Analisis-IFAS-Dan-EFAS>
 <1% - <https://martinakurnianingsih.blogspot.com/2016/10/pt-sepatu-bata-tbk.html>
 <1% - <https://ciitratsunamii.blogspot.com/2017/01/manajemen-strategik-holland-bakery.html>
 <1% - <https://denytrian.wordpress.com/2017/04/30/analisa-strategik-pt-indofarma-persero-tbk-inaf/>
 <1% - <https://rahmanmgm.wordpress.com/2017/05/07/tugas-manajemen-strategik-pt-maspion/>
 <1% - <https://www.pabrikamanahgarment.com/blog/page/14>
 <1% -

<https://rendigooners.blogspot.com/2013/11/8-pengaruh-lingkungan-terhadap.html>
<1% -
<https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/3166/CONTENT.pdf?sequence=4>
<1% - <http://ijain.org/index.php/IJAIN/article/downloadSuppFile/43/21>
<1% -
https://www.researchgate.net/publication/335861141_Pelayaran_Rakyat_di_Kabupaten_Maluku_Tengah_yang_Terpinggirkan_dan_Respon_Stakeholder
<1% - <https://bikinkaosonline.com/tag/produsen-kaos/>
<1% - <https://www.slideshare.net/HarsonoAhmad/analisa-swot-pt-sinar-sosro>
<1% -
https://www.researchgate.net/publication/329837102_Potensi_Pembangunan_Pelabuhan_Wisata_Bahari_Di_Kabupaten_Sorong
<1% -
https://kikimaylan.blogspot.com/2014/11/manajemen-pemasaran-studi-kasus-coca_6.html
<1% - <https://nurlaily.wordpress.com/2011/12/05/analisa-swot/>
<1% -
https://www.researchgate.net/publication/260750453_Persepsi_terhadap_Job_Characteristic_Model_Psychological_Well-Being_dan_Performance_Studi_pada_Karyawan_PT_X
<1% - http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ekawan/article/view/1799/pdf_86
<1% - <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/opsi/article/view/2193>
<1% - <https://maulanaboa.blogspot.com/2010/03/>
<1% -
https://www.researchgate.net/publication/331557354_SWOT_Analysis_as_Strategy_to_Improve_Competitiveness_of_Durian_Pancake_Medium_Enterprises
<1% -
https://www.researchgate.net/publication/323762096_RESEARCH_OF_THE_ENTERPRISE_PROFITABILITY_STRATEGY
<1% - <https://ojs.unida.ac.id/JSEI/article/view/1221/0>
<1% - <https://ideas.repec.org/j/M14.html>
<1% - <http://journal.unigres.ac.id/index.php/GemaEkonomi/article/view/945>
<1% - <https://www.revisi.id/jurnal-strategi-bisnis-umkm/>
<1% - <http://scholar.google.co.id/citations?user=NnrFWXwAAAAJ&hl=id>

Lampiran V

WAWANCARA UMKM SABLON GARMENT SURABAYA

- 1. Apa nama perusahaan ibu Suhartingtyas yang jalankan selama ini?**

Sablon Garment Surabaya.

- 2. Apa yang dikerjakan diUMKM Sablon Garment surabaya dan cara mengerjakan Sablon bagaimana?**

CMT (potongan, membuat, potongan) dan Sablon ini bukan Digital mas tapi Sablon manual yang ada sejarahnya.

- 3. Berdiri tahun berapa Sablon Garment Surabaya ini dan ada berapa karyawan?**

Tahun 1994. Pada saat awal berdiri karyawan kami hanya memiliki 2 karyawan tetapi semakin banyaknya orang yang membutuhkan jasa maka kami merekrut beberapa orang lagi dan sekarang kami memiliki 6 karyawan.

- 4. Dalam satu hari dapat menghasilkan berapa baju yang diSablon?**

Satu hari dapat menghasilkan 500 baju.

- 5. Ada berapa konsumen yang melakukan transaksi diUMKM Sablon Garment Surabaya, apakah setiap tahunnya tetap atau bertambah?**

Setiap tahunnya konsumen yang datang tidak menentu tergantung pada permintaan pasar.

- 6. Untuk pembelian bahan baku proses produksi diUMKM Sablon Garment Surabaya apakah memiliki kendala? Apa yangbg perusahaan yang lakukan pada kendala itu muncul?**

Mencari alternatif lain untuk bahan baku yang murah

- 7. Bagaimana cara memasarkan jasa anda upaya konsumen atau masyarakat mengetahui anda memiliki UMKM Sablon Garment Surabaya?**

Memperkenalkan sablon manual ke acara seminar atau acara di media sosial

8. **Apakah perusahaan anda mengetahui sekarang dijamin sekarang ada sablon DTG (Digital) dan kenapa tidak beralih ke Sablon DTG (Digital)?**

Tidak. Karena memiliki sejarah seni garmbar dibidang Sablon Manual

