

## DAFTAR PUSTAKA

- Aisiyah, T., & Rukmana, A. (2023). *Pengembangan Strategi Usaha Produk Roti Menggunakan Metode Business Model Canvas (BMC) dan Analisis Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (SWOT)*. Bandung Conference Series: Industrial Engineering Science, 3(1). <https://doi.org/10.29313/Bcsies.V3i1.5642>
- Badan Pusat Statistik. “Statistik UMKM Indonesia” (2020).
- DataIndonesia.id, Industri Makanan dan Minuman Tumbuh 4,62% pada Kuartal II/2023 (dataIndonesia.id), last accessed 4/1/2024.
- Erdian, F. S. (2024). *Strategi Pengembangan Bisnis Industri Kreatif Skala Kecil Melalui Pendekatan Business Model Canvas (Studi Kasus Pada Platform Ott Sineasmov)*. Jurnal Lentera Bisnis, 13(1), 438. <https://doi.org/10.34127/Jrlab.V13i1.1033>
- Ferry Ardiansyah, Rauf Anwar, Nurman, Pengaruh literasi keuangan terhadap pengelolaan keuangan UMKM di kota Makassar, Sinomika Journal, 1(4), (2022).
- Hendrawan, A. K., Wachidah, S. F., & Restuningsih, A. (2023). *Strategi Pengembangan Bisnis Kedai Kopi Makosan dengan Menggunakan Analisis SWOT dan Business Model Canvas (BMC)*. Jurnal Optimasi Teknik Industri (JOTI), 5(1), 32. <https://doi.org/10.30998/joti.v5i1.15623>
- Kotler P., & Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-12. PT Indeks : Jakas  
<https://sis.binus.ac.id/2021/02/05/ifas-efas-untuk-strategy-planning/> [Diakses pada 27 Desember 2023]
- Kotler P., & Armstrong, G. (2012). *Manajemen Pemasaran*, Edisi ke-14. Jilid 1 dan 2 <https://idtesis.com/pembahasan-lengkap-teori-analisis-segmenting-targeting-positioning-stp-menurut-para-ahli-dan->

contoh-tesis-analisis-segmenting-targeting-positioning-stp/

[Diakses pada 15 Desember 2023]

Tri yuli, Aseo Nana Rukmana dan Yan Orgianus. (2023). ***Pengembangan Strategi Usaha Produk Roti Menggunakan Business Model Canvas (BMC dan A Analisis Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (SWOT)***. Universitas Islam Bandung Diunduh dari <https://proceedings.unisba.ac.id/index.php/BCSIES/article/view/5642>.

Rangkuti, F. 2014. Analisis SWOT: ***Teknik Membedah Kasus Bisnis***. Jakarta: Gramedia Pustaka utama.

Rahayu, V. P., Astuti, R. F., Mustangin, M., & Sandy, A. T. (2022). ***Analisis SWOT dan Business Model Canvas (BMC) Sebagai Solusi dalam Menentukan Strategi Pengembangan Usaha Kuliner***. *International Journal of Community Service Learning*, 6(1), 112–121. <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v6i1.40965>

## LAMPIRAN

### KUESIONER

#### STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BISNIS UKM GOODY CHOCO DI MAKASSAR

Kuesioner ini bersifat Kualitatif, yang berisi opsi pemberian bobot dan Rating mengenai penilaian responden terhadap pertanyaan yang diajukan. Kuesioner ini bertujuan hanya untuk pengolahan data dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis. Berisikan analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threat) dan pemberian penilaian serta bobot pada *Goody Choco*. Tiap bagian akan meminta responden untuk memberikan penilaian berdasarkan pengalaman mereka atau persepsi mereka terhadap *Goody Choco*.

kuesioner ini akan membantu mengumpulkan data dari responden mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman *Goody Choco*, serta memberikan penilaian dan bobot berdasarkan pentingnya setiap faktor.

Nama :

Alamat :

Jabatan :

Usaha :

#### A. Uraian Cara Pengisian Matriks *Internal Factor Analysis Summary (IFAS)* dan matriks *External factor Analysis Summary (EFAS)*

1. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan suatu Perusahaan.

2. Beri bobot masing-masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis Perusahaan. (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1.00)
  - 0,20 – 1,00 = Sangat penting
  - 0,10- 0,19 = Penting
  - 0,01-0,09 = Tidak penting
3. Berikan rating 1 sampai 4 bagi masing-masing faktor untuk menunjukkan faktor tersebut memiliki kelemahan yang besar.
4. Kalikan masing-masing bobot dengan retingnya untuk mendapatkan skor
5. Jumlah skor masing-masing variabel

**B. Uraian *Internal Factor Analysis & Esternal Factor Analysis Matrix***

NO	INTERNAL FACTOR ANALYSIS I-FAST	BOBOT	RATING	JUMLAH
<b>1</b>	<b>KEKUATAN</b>			
	memiliki varian rasa yang beragam			
	harga yang kompetitif			
	menggunakan bahan baku yang berkualitas			
	memiliki bentuk yang unik			
	Kreatifitas dan Inovasi Tim			
	Digemari semua kalangan			
<b>2</b>	<b>KELEMAHAN</b>			
	Pemasaran yang belum Efektif			
	Keterbatasan Modal			
	Jumlah Produksi yang Terbatas			
	Kurangnya SDM Produksi			
	Respon yang lambat terhadap tren pasar			
	<b>TOTAL</b>			
	<b>Total Keseluruhan</b>			

**C. Uraian *Externall Factor Analysis & Esternal Factor Analysis Matrix***

<b>NO</b>	<b>EXTERNAL FACTOR ANALYSIS E-FAST</b>	<b>BOBOT</b>	<b>RATING</b>	<b>JUMLAH</b>
<b>1</b>	<b>Peluang</b>			
	Perkembangan Teknolongi dan E-Commerce			
	Diversifikasi Produk			
	Permintaan Meningkat dalam waktu tertentu			
	Kolaborasi dengan Merek atau bisnis lain			
	Pemanfaatan Media sosial dan Influencer marketing			
	<b>TOTAL</b>			
<b>2</b>	<b>Ancaman</b>			
	Persaingan yang ketat di industri coklat			
	Perubahan Preferensi Konsumen			
	Fluktuasi Harga Bahan Baku			
	Produk Mudah ditiru			
	Ancaman Produk Substitusi			
	<b>TOTAL</b>			
	<b>Total Keseluruhan</b>			

## DOKUMENTASI WAWANCARA



1 september 2024