

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA SAPU IJUK DI DESA  
MEDAN SINEMBAH KECAMATAN TANJUNG MORAWA**

**SKRIPSI**

Oleh

**SUCI PERMATA SARI**  
**NPM 1904300099**  
Program Studi Agribisnis



**UMSU**

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS PERTANIAN**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

**2023**

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA SAPU IJUK DI DESA  
MEDAN SINEMBAH KECAMATAN TANJUNG MORAWA**

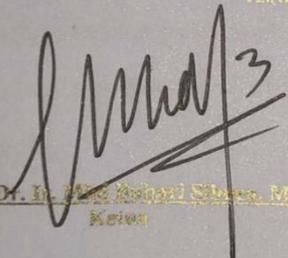
**SKRIPSI**

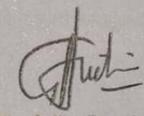
Oleh

**SUCI PERMATA SARI**  
NPM 1904300099  
Program Studi Agribisnis

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Strata I (SI) Pada  
Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

**Komisi Pembimbing**

  
Prof. Dr. H. Hedi Ashari Siregar, M.Si.  
Ketua

  
Assoc. Prof. Ir. Gustina Siregar, M.Si.  
Anggota

**Dibahkan oleh :**  
Dekan

  
Assoc. Prof. Dr. Dafni Nawar Tarigan, S.P., M.Si

Tanggal Lulus : 20 Maret 2024

## PERNYATAAN

Dengan ini saya:

Nama : Suci Permata Sari

NPM : 1904300099

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul Strategi Pengembangan Usaha Sapu Ijuk Di Desa Medan Sinembah Kecamatan Tanjung Morawa adalah berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiarisme), maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh. Demikian pernyataan ini saya buat dengan keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Medan, 31 Januari 2024

g menyatakan



Suci Permata Sari

## RINGKASAN

Suci Permata Sari (1904300099/AGRIBISNIS) dengan judul skripsi “**Strategi Pengembangan Usaha Sapu Ijuk Di Desa Medan Sinembah Kecamatan Tanjung Morawa**” Penelitian ini dibimbing oleh Prof. Dr. Ir. Mhd Buchari Sibuea, M.Si. Sebagai Ketua Komisi Pembimbing dan Assoc. Prof. Ir. Gustina Siregar, M.Si. sebagai Anggota Komisi Pembimbing.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor internal dan eksternal yang dapat mengembangkan usaha sapu ijuk dan untuk menganalisis strategi yang terbaik dalam strategi pengembangan usaha sapu ijuk. Penelitian ini dilakukan di Desa Medan Sinembah Kecamatan Tanjung Morawa. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis SWOT dan QSPM.

Hasil dari penelitian menunjukkan faktor internal dan eksternal Strategi Pengembangan Usaha Sapu Ijuk Di Desa Medan Sinembah Kecamatan Tanjung Morawa yaitu kekuatan (*strengths*) harga produk terjangkau, proses produksi yang mudah, keterampilan tenaga kerja, dan keberlangsungan produksi usaha. Kelemahan (*weakness*) kurangnya manajemen usaha yang baik, tampilan dan packaging produk yang kurang menarik dan keterbatasan modal. Peluang (*opportunities*) harga bahan baku relatif murah, memiliki pelanggan tetap, menambah lapangan pekerjaan. Ancaman (*threats*) produk pengganti ada dan kendala alam/cuaca. Berdasarkan analisis SWOT strategi yang dilakukan menggunakan strategi S-T (*Strength-Threats*) yaitu meningkatkan keterampilan tenaga kerja guna untuk menjaga kualitas produk sehingga dapat menarik minat pelanggan dan dengan proses produksi yang mudah nantinya akan menambah kapasitas produksi sehingga mampu mengatasi permintaan konsumen agar sapu ijuk tradisional juga masuk dalam pasar modern sehingga dapat bersaing dengan produk kompetitor lain. Berdasarkan hasil analisis QSPM, prioritas utama dalam Strategi Pengembangan Usaha Sapu Ijuk Di Desa Medan Sinembah Kecamatan Tanjung Morawa yaitu dengan proses produksi yang mudah nantinya akan menambah kapasitas produksi sehingga mampu mengatasi permintaan konsumen agar sapu ijuk tradisional juga masuk dalam pasar modern sehingga dapat bersaing dengan produk kompetitor lain dengan nilai TAS (*Total Attractive Score*) sebesar 6,65.

Kata Kunci: *Strategi Pengembangan, Sapu Ijuk, Analisis SWOT, QSPM*

## SUMMARY

Suci Permata Sari (1904300099/AGRIBISNIS) with the thesis title "Business Development Strategy of Ijuk Broom in Medan Sinembah Village, Tanjung Morawa District" This research was supervised by Prof. Dr. Ir. Mhd Buchari Sibuea, M.Si. As Chairman of the Supervisory Commission and Assoc. Prof. Dr. Ir. Gustina Siregar, M.Si. as Member of the Supervisory Commission.

The purpose of this research is to analyze the internal and external factors that can develop the palm fiber broom business and to analyze the best strategy in the palm fiber broom business development strategy. This research was conducted in Medan Sinembah Village, Tanjung Morawa District. The data analysis method used is SWOT analysis and QSPM.

The results of the study show internal and external factors of the Sapu Ijuk Business Development Strategy in Medan Sinembah Village, Tanjung Morawa District, namely the strength of affordable product prices, easy production processes, labor skills, and business production sustainability. Weakness lack of good business management, unattractive product appearance and packaging and limited capital. Opportunities for raw material prices are relatively cheap, have regular customers, add jobs. Threats of substitute products exist and natural/weather constraints. Based on SWOT analysis, the strategy carried out using the S-T (Strength-Threats) strategy is to improve the skills of the workforce in order to maintain product quality so that it can attract customer interest and with an easy production process will later increase production capacity so that it can overcome consumer demand so that traditional brooms are also included in the modern market so that they can compete with other competitor products. Based on the results of the QSPM analysis, the main priority in the Broom Ijuk Business Development Strategy in Medan Sinembah Village, Tanjung District, namely with an easy production process will later increase production capacity so that it can overcome consumer demand so that traditional brooms are also included in the modern market so that they can compete with other competitor products with a TAS (Total Attractive Score) value of 6.65.

Keywords: *Development Strategy, Palmyra Broom, SWOT Analysis, QSPM*

## **RIWAYAT HIDUP**

Suci Permata Sari, lahir di Desa Aek Batu tangan 22 November 2001. Anak pertama dari empat bersaudara, putri dari Bapak Idris dan Ibu Linda. Jenjang pendidikan yang ditempuh hingga saat ini adalah sebagai berikut:

1. Pada tahun 2007-2013 menjalani pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SD Negeri 101882 Tanjung Morawa.
2. Pada tahun 2013-2016 menjalani pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Negeri 4 Tanjung Morawa.
3. Pada tahun 2016-2019 menjalani Pendidikan Sekolah Atas (SMA) di SMA Negeri 2 Tanjung Morawa
4. Pada tahun 2019 melanjutkan Pendidikan Strata 1 (S1) pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Kegiatan yang pernah diikuti selama menjalani mahasiswa Fakultas Pertanian UMSU antara lain:

1. Mengikuti Perkenalan Kehidupan Kampus Bagi Mahasiswa/I (PKKMB) pada tahun 2019
2. Mengikuti kegiatan Masa Ta'aruf (MASTA) Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) pada tahun 2019
3. Mengikuti kegiatan Darul Arqam Dasar (DAD) pada tahun 2019
4. Mengikuti kegiatan Bakti Tani 5 HIMAGRI di Desa Namo Mirik Kecamatan Kutalimbari Kabupaten Deli Serdang pada tahun 2019
5. Melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. SMART SINAR MAS di Padang Halaban pada bulan agustus tahun 2022
6. Melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Perkebunan Brussel pada bulan Agustus tahun 2022.

## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT. atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi penelitian ini, dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Sapu Ijuk Di Desa Medan Sinembah Kecamatan Tanjung Morawa”. Adapun penulisan skripsi ini digunakan untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Studi Strata 1 (S1) pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Assoc. Prof. Dr. Dafni Mawar Tarigan, S.P., M.Si., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Ibu Mailina Harahap, S.P., M.Si., selaku Ketua Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Prof. Dr. Ir. Mhd. Buhari Sibuea, M.Si. selaku Ketua Pembimbing
4. Ibu Assoc. Prof. Ir. Gustina Siregar, M.Si. selaku Anggota Pembimbing.
5. Bapak dan Ibu dosen fakultas pertanian yang telah dengan ikhlas membimbing saya selama masa perkuliahan.
6. Seluruh Staff Biro Administrasi Fakultas Pertanian yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Administrasi selama proses perkuliahan.
7. Kedua Orang tua penulis, Ibunda Linda Efrita dan ayahanda Idris Tanjung, yang telah membiayai pendidikan penulis dan selalu memberi dukungan moral serta moril sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini.
8. Teman- teman seperjuangan Tahun Angkatan 2019 khususnya kelas Agribisnis 3 dan Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam pembuatan proposal ini.

Akhir kata penulis harapkan saran dan masukan dari semua pihak demi kesempurnaan proposal penelitian ini.

Medan,      Maret 2023

Penulis

## DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN .....	i
RIWAYAT HIDUP .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN .....	x
PENDAHULUAN .....	1
Latar Belakang .....	1
Rumusan Masalah .....	4
Tujuan Penelitian .....	4
Manfaat Penelitian .....	5
TINJAUAN PUSTAKA .....	6
Industri Sapu Ijuk .....	6
Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) .....	8
Faktor-Faktor yang Berpengaruh dalam Pengembangan Usaha .....	10
Strategi Pengembangan Usaha .....	11
Konsep Strategi SWOT ( <i>Strengths, Weakness, Opportunities, Threats</i> ). .....	13
Analisis Lingkungan Internal .....	14
Analisis Lingkungan Eksternal .....	15
Penelitian Terdahulu .....	15
Kerangka Pemikiran .....	18
METODE PENELITIAN .....	21
Metode Penelitian .....	21

Metode Penentuan Lokasi Penelitian .....	21
Metode Penarikan Sampel.....	21
Metode Pengumpulan Data .....	22
Metode Analisis Data .....	23
Matriks SWOT .....	29
Matriks QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) .....	31
Definisi dan Batasan Operasional .....	32
Definisi.....	32
Batasan Operasional .....	33
DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN.....	34
Letak dan luas Daerah penelitian .....	34
Keadaan penduduk .....	35
Penggunaan Tanah .....	38
Sarana dan Prasarana.....	39
Karakteristik Sampel .....	40
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	45
Gambaran Umum Pemasok Bahan Baku Sapu Ijuk.....	45
Gambaran Umum Pengusaha Sapu Ijuk.....	45
Analisis Faktor Internal Pengusaha Sapu Ijuk .....	46
Kekuatan .....	46
Kelemahan .....	47
Analisis Matriks IFE .....	48
Analisis Faktor Eksternal Pengusaha Sapu Ijuk .....	49
Peluang.....	49
Ancaman .....	50
Analisis Matriks EFE .....	50
Matriks SWOT .....	51

Analisis Matriks SWOT .....	53
Analisis Matriks QSPM.....	57
KESIMPULAN DAN SARAN.....	61
Kesimpulan.....	61
Saran .....	62
DAFTAR PUSTAKA .....	63

## DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Usaha Industri Komoditi Andalan Di Kabupaten Deli Serdang 2018.....	3
2.	Internal Factor Evaluation (IFE).....	24
3.	Eksternal Factor Evaluation (EFE).....	25
4.	Matriks SWOT.....	28
5.	Matriks QSPM.....	30
6.	Jumlah Penduduk di Desa Medan Senembah.....	36
7.	Jumlah Penduduk Desa Medan Senembah Berdasarkan Golongan Umur.....	36
8.	Jumlah Penduduk Desa Medan Senembah Menurut Mata Pencaharian.....	37
9.	Jumlah Penduduk Desa Medan Senembah Berdasarkan Agama Yang Dianut.....	37
10.	Jumlah Penduduk Desa Medan Senembah Berdasarkan Suku Bangsa.....	38
11.	Penggunaan Tanah Berdasarkan Luas Tanah di Desa Medan Sinembah.....	38
12.	Sarana dan Prasarana di Desa Medan Senembah.....	40
13.	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	41
14.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	42
15.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
16.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Bekerja.....	43
17.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja.....	43
18.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan.....	44
19.	Karakteristik Responden Berdasarkan pendapatan Penjualan.....	44
20.	Matriks Internal Factor Evaluaion (IFE).....	48
21.	Matriks Ekternal Factor Evaluation (EFE).....	51
22.	Matriks SWOT.....	54
23.	Perhitungan Matriks QSPM.....	58
24.	Peringkat Alternatif Strategi.....	59

## DAFTAR GAMBAR

<b>Nomor</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.	Kerangka Pemikiran.....	20
2.	Diagram SWOT .....	27
3.	Diagram Matriks SWOT .....	52

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Nomor</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.	Kuisisioner penelitian Usaha sapu Ijuk .....	65
2.	Kuesioner QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix).....	67
3.	Karakteristik Responden Pengusaha Sapu Ijuk.....	68
4.	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pengusaha Sapu Ijuk .....	68
5.	Hasil Perhitungan Bobot .....	69
6.	Hasil Perhitungan Rating .....	70
7.	Perhitungan Faktor Internal dan Eksternal.....	71
8.	Nilai Attractive Score Untuk Masing-masing Alternatif Strategi...	72
9.	Hasil Analisis Matriks QSPM.....	74
10.	Surat Izin Melakukan Penelitian Dari Desa .....	75
11.	Dokumentasi Penelitian .....	76

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Bisnis pengolahan hasil pertanian sangat penting untuk pertumbuhan ekonomi negara berkembang, seperti Indonesia. Oleh karena itu, diharapkan bahwa sektor penyediaan berbasis industri akan berfungsi sebagai katalis dan garda depan untuk mendorong pertumbuhan sektor pertanian. Ini juga akan mendorong kemajuan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dan sektor ekonomi lainnya. (Saragih, 2010). Usaha perorangan atau badan komersial yang tidak memiliki ukuran yang signifikan disebut sebagai usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Mereka tunduk pada batasan tertentu dalam hal tenaga kerja, penjualan dan pendapatan, aset, teknologi, dan manajemen bisnis, yang biasanya dijaga pada tingkat yang sederhana dan tradisional (Permana, 2017).

Salah satu sektor yang bergerak dalam pengolahan hasil pertanian adalah industri sapu ijuk. Pekerja di industri sapu ijuk mempunyai banyak tugas, antara lain membersihkan ijuknya, memasang ijuk pada segitiga atau kipas, mengikat ijuk pada batang, menganyam ijuk pada batang atau segitiga, serta menyisir dan meratakan ijuknya. Pekerjaan ini berfungsi sebagai sumber tambahan uang bagi keluarga.

Pohon enau (*Arenga pinnata*) menghasilkan serat ijuk secara alami. Varietas pohon palem yang satu ini mampu memberikan berbagai sumber daya yang menguntungkan bagi manusia, salah satunya yaitu serat berupa ijuk. Ijuk merupakan salah satu aplikasi produk tanaman enau. Serat mempunyai kemampuan untuk menghasilkan berbagai bahan berbeda yang bermanfaat bagi kehidupan

manusia, termasuk sebagai bahan industri dan konstruksi. Ijuk merupakan bahan baku yang cocok untuk membuat alat ijuk seperti sapu, sikat, dan tali di sektor industri. Ijuk merupakan pilihan yang sangat baik untuk bahan konstruksi, khususnya untuk bahan atap dan untuk mengatur penyerapan air pada konstruksi lapangan atau septic tank. Berbagai produk serat sawit yang disebutkan di atas memiliki nilai komersial yang berbeda (Samlawi et al., 2018).

Banyak industri kecil di Sumatera Utara, termasuk kerupuk opak, keripik ubi jalar, keramik gerabah, sepatu, kerajinan rotan, batu bata, ulos, makanan ringan, minuman, dan sapu ijuk. Industri ini dapat ditemukan di banyak wilayah, seperti Dairi, Serdang Bedagai, Mandailing Natal, dan Deli Serdang. (Lubis & Saleh, 2018). Industri sapu ijuk, yang tersebar di seluruh Desa Medan Sinembah di Kecamatan Tanjung Morawa, adalah salah satu komoditas andalan di Kabupaten Deli Serdang dan merupakan bagian dari ekonomi lokal.

Kabupaten Deli Serdang terdiri dari total 22 kecamatan. Pengrajin sapu ijuk teridentifikasi di Kecamatan Tanjung Morawa seperti terlihat pada Tabel 1. Desa Medan Sinembah yang terletak di Kecamatan Tanjung Morawa mempunyai jumlah pengrajin sapu ijuk terbanyak. Mereka memproduksi total 1.215.000 batang sapu berbahan ijuk. Perusahaan industri primer di Kabupaten Deli Serdang tahun 2018 disajikan pada Tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Usaha Industri Komoditi Andalan Di Kabupaten Deli Serdang 2018

No	Komoditi	Unit Usaha	Jumlah TK	Kapasitas Produksi	Investasi
1	Keripik Ubi Aneka Rasa	30	85	12 Ton	700.000
2	Opak	49	396	5.880 Ton	754.000
3	Sapu Ijuk	73	410	1.215.000 Batang	263.000
4	Keramik Gerabah	12	89	450.000 Pcs	800.000
5	Gula Aren	154	350	150 Ton	200.000
6	Tenun Tradisional	27	60	9.000 Lembar	300.000
7	Jagung Maming	15	90	670 Ton	225.000
8	Sulaman Bordir	53	188	19.000 Pcs	564.000
Jumlah total		413	1.668		3.806

Sumber: Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Deli Serdang (2018)

Tabel 1 menunjukkan bahwa industri sapu ijuk merupakan industri terbesar kedua di Kabupaten Deli Serdang dengan jumlah pengrajin terbanyak. Terdapat total 73 unit usaha di industri ini, yang secara keseluruhan memproduksi 1.215.000 unit sapu ijuk pada tahun 2018.

Industri rumah tangga sapu ijuk Desa Medan Sinembah Kecamatan Tanjung Morawa masih belum mencapai kemajuan yang diharapkan. Hal ini diyakini adanya hambatan internal dan eksternal. Kesulitan yang dihadapi timbul karena kinerja usaha rumahan sapu ijuk yang kurang baik dari aspek produksinya maupun aspek pemasarannya. Kendala produksi meliputi permasalahan seperti ketersediaan bahan baku yang tidak memadai, terbatasnya modal, kurangnya dukungan, dan tidak adanya lembaga yang melayani usaha mikro dan kecil sapu ijuk. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah untuk mengalokasikan sumber daya untuk membentuk lembaga pemasaran yang dapat melaksanakan sistem manajemen pemasaran secara

efektif. Hal ini akan memudahkan pelaku usaha dalam produksi dan penjualan produknya.

Salah satu industri andalan yang mendapat perhatian khusus di Kabupaten Deli Serdang adalah industri sapu ijuk. Sektor industri yang beralokasikan di Desa Medan Senembah, Kecamatan Tanjung Morawa, memiliki beberapa bisnis, salah satunya adalah pembuatan sapu ijuk. Pada awalnya industri tersebut hanya berfungsi sebagai sumber pendapatan tambahan, namun lambat laun berkembang menjadi sumber penghidupan utama warga Desa Medan Senembah.

Melihat dari latar belakang di atas tersebut, peneliti ingin melakukan penelitian tambahan mengenai strategi pengembangan usaha sapu ijuk di Desa Medan Sinembah, Kecamatan Tanjung Morawa.

### **Rumusan Masalah**

Dari informasi uraian latar belakang, permasalahan yang diidentifikasi adalah:

1. Apa faktor internal dan eksternal yang dapat mengembangkan usaha sapu ijuk di Desa Medan Sinembah, Kecamatan Tanjung Morawa?
2. Bagaimana alternatif strategi yang digunakan dalam pengembangan usaha sapu ijuk di Desa Medan Sinembah, Kecamatan Tanjung Morawa?

### **Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah dapat dirumuskan tujuan penelitian yakni :

1. Menganalisis faktor internal dan eksternal yang dapat mengembangkan usaha sapu ijuk di Desa Medan Sinembah, Kecamatan Tanjung Morawa.

2. Merumuskan alternatif strategi yang digunakan dalam pengembangan usaha sapu ijuk di Desa Medan Sinembah. Kecamatan Tanjung Morawa.

### **Manfaat Penelitian**

Sebagaimana diuraikan pada pendahuluan dan rumusan masalah, kelebihan penelitian ini adalah:

1. Pengusaha dapat menjajaki memasukkan sapu ijuk ke dalam kegiatan pengembangan usahanya.
2. Peneliti dapat memanfaatkan informasi ini untuk mendapatkan wawasan mengenai tantangan dalam membangun bisnis serat kelapa sawit dan merancang strategi untuk mengatasi tantangan tersebut. Dokumen ini dapat menjadi referensi berharga bagi para sarjana masa depan yang mempelajari pertumbuhan dan kemajuan industri sapu ijuk.
3. Informasi tersebut dapat dimanfaatkan para pengambil keputusan untuk menilai kemajuan sektor industri sapu ijuk khususnya di Desa Medan Sinembah, Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang. Hal ini dapat menjadi referensi berharga bagi pengembangan usaha di bidang sapu ijuk.

## TINJAUAN PUSTAKA

### **Industri Sapu Ijuk**

Produksi sapu ijuk di Desa Medan Sinembah dimulai pada tahun 1990. Awalnya, industri sapu ijuk berfungsi sebagai sumber pendapatan tambahan sampingan. Namun, bertepatan dengan melonjaknya permintaan sapu ijuk, aktivitas industri ini meningkat menjadi alat penghidupan utama. Bahan penyusun utama sapu ijuk ini adalah ijuk enau. Pembuatan sapu ijuk memerlukan keahlian khusus agar dapat menciptakan sapu yang bernilai jual. Adanya kerajinan industri sapu ijuk menyebabkan peningkatan penghasilan pengrajin. Selama bertahun-tahun, usaha kecil sapu ijuk terus berkembang sejak tahun 1990 hingga saat ini.

Pengrajin yang berspesialisasi dalam produksi sapu ijuk yang bekerja dari rumah mungkin menawarkan keuntungan yang signifikan karena mereka dapat menjalankan tugasnya tanpa mengabaikan tanggung jawab rumah tangganya. Suratiyah (1997) mengajukan gagasan bahwa industri rumah tangga dapat menjadi pilihan bagi perempuan untuk bekerja sambil tetap mengurus tanggung jawab keluarga sehari-hari. Selain itu, industri rumah tangga bisa dilakukan tanpa membutuhkan keahlian tingkat lanjut dan berpotensi menghasilkan pendapatan dengan cepat.

Kemajuan usaha rumah tangga ijuk di Desa Medan Sinembah, Kecamatan Tanjung Morawa, cukup jauh dari harapan. Hal ini diyakini diakibatkan oleh adanya hambatan internal dan juga eksternal. Batasan tersebut menyebabkan kinerja perusahaan industri rumah tangga serat sawit di bawah standar, sehingga mempengaruhi produksi dan pemasaran produknya. Hambatan produksi mencakup

masalah-masalah seperti ketersediaan bahan baku yang tidak memadai, sumber daya keuangan yang terbatas, dan kurangnya dukungan.

Serat merupakan sumber daya alam yang berasal dari pohon enau (enau/aren/nira), sejenis pohon palem yang menghasilkan berbagai komponen berharga bagi kelangsungan hidup manusia, termasuk ijuk. Ijuk merupakan salah satu aplikasi produk tanaman enau. Serat merupakan zat alami yang berasal dari tanaman enau (*Arenga pinnata*). Serat ijuk mampu menghasilkan berbagai macam unsur yang bermanfaat bagi kelangsungan hidup manusia, termasuk produk industri dan konstruksi. Ijuk merupakan bahan baku serbaguna yang dapat dimanfaatkan dalam berbagai aplikasi industri seperti pembuatan sapu ijuk, sikat ijuk, tali ijuk, dan produk pembersih lainnya. Ijuk merupakan pilihan yang cocok untuk bahan konstruksi, khususnya untuk atap, resapan air pada konstruksi lapangan, dan septic tank. Berbagai komponen serat ijuk yang disebutkan mempunyai tingkat komersial yang berbeda-beda (Nurhayati, 2013).

Industri mengacu pada kumpulan perseroan maupun bisnis yang terlibat dalam proses mengubah bahan mentah atau komoditas bernilai rendah menjadi barang bernilai lebih tinggi. Sektor ini meliputi usaha yang bergerak dalam bidang usaha jasa industri maupun perakitan hasil industri (BPS.2014). Industri pengolahan, berdasarkan definisi BPS (2014), adalah sektor ekonomi yang melibatkan perubahan bahan mentah menjadi produk jadi atau sebagian jadi, serta menaikkan kuantitas barang yang bernilai rendah. Industri sapu ijuk bertanggung jawab atas produksi sapu ijuk. Ijuk dimanfaatkan sebagai bahan utama pembuatan produk pembersih sapu.

## **Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)**

Pengertian UMKM menurut UU No 20 Tahun 2008 Pasal 1, yaitu;

1. “Usaha mikro merupakan usaha yang bernilai, dikuasai oleh perorangan atau badan usaha yang melengkapi kriteria khusus yang digariskan dalam peraturan perundang-undangan ini.
2. Usaha kecil merupakan entitas ekonomi independen yang beroperasi secara terpisah dari perusahaan besar. Dimiliki dan dikendalikan oleh perorangan atau badan usaha yang tidak merupakan anak perseroan atau cabang usaha menengah ataupun besar yang memenuhi tolak ukur usaha kecil, sebagaimana dimaksud dalam Undang-undang ini.
3. Usaha Menengah merupakan usaha ekonomi mandiri yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang tidak merupakan anak perseroan atau cabang Usaha kecil ataupun besar, sebagaimana dimaksud dalam Undang-undang ini, berdasarkan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan.”

Dengan pesatnya perkembangan UMKM, banyak usaha di sektor jasa dan industri yang masih mengalami pertumbuhan. Badan usaha juga mempunyai peranan penting dalam mendorong pertumbuhan perekonomian bangsa kita. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu dari sedikit usaha yang sanggup bersaing secara efektif di pasar yang sangat kompetitif (Sulistyawati dkk.,2018).

Aktivitas Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) kini menjadi bagian sektor kunci bagi pembangunan dan stabilitas perekonomian domestik. UMKM

menjadi tempat para individu dan organisasi, termasuk pemerintah, swasta, dan pelaku usaha perorangan, untuk menciptakan lapangan kerja (Halim, 2020).

Kegiatan UMKM akan menjadi landasan saat mendorong kemajuan ekonomi Indonesia di masa depan. UMKM memegang segudang fungsi krusial saat meningkatkan perekonomian Indonesia. Indonesia dapat memitigasi angka pengangguran melalui kehadiran UMKM yang kini banyak diminati oleh para pencari kerja (Nurranto et al., 2019).

Saat ini usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia menghadapi perkembangan yang relevan dan mendapat pengakuan dari para pengusaha terkemuka. Kegiatan ini tidak lepas dari persaingan yang terus terjadi antara UMKM dan pengusaha besar yang dinilai lumrah karena diprioritaskannya UMKM di Indonesia. Kehadiran UMKM dapat berkontribusi terhadap kesejahteraan ekonomi kelompok berpenghasilan rendah dan menurunkan tingkat pengangguran di Indonesia. Persaingan antar UMKM semakin erat karena semakin besarnya keinginan dari banyak individu. Pelaku usaha bercita-cita untuk meningkatkan kapasitas kreativitas dan inovasi dalam pengembangan produk-produk baru di masa depan. Badan usaha dapat mengikuti sosialisasi dan pameran terkait UMKM untuk menginspirasi dan mendorong mereka dalam melahirkan inovasi. Dengan begitu, konsumen dapat mengembangkan keinginan yang kuat untuk membeli barang-barang UMKM tersebut (Oktafia, 2018).

Indonesia memiliki jumlah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang makin tinggi dibandingkan industri skala besar. Kebijakan pemerintah dapat memfasilitasi akses terhadap pembiayaan untuk menjamin kelangsungan UMKM

di Indonesia dalam waktu jangka panjang. Permasalahan yang dihadapi adalah tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha saat memperoleh pembiayaan karena kurangnya perhatian lembaga keuangan terhadap UMKM (Suci, 2017).

Strategi pengembangan UMKM menjadi faktor katalis peningkatan daya beli masyarakat sehingga menjadikan UMKM sebagai penopang krisis moneter. Kemajuan kegiatan UMKM secara strategis penting untuk menggerakkan perekonomian, karena mencakup berbagai sektor usaha dan berperan penting dalam meningkatkan pendapatan kelompok masyarakat berpenghasilan rendah (Anggraeni, 2019).

### **Faktor-Faktor yang Berpengaruh dalam Pengembangan Usaha**

Untuk memajukan perekonomian Indonesia, penting untuk menetapkan strategi dan mengidentifikasi elemen kunci yang mempengaruhi pertumbuhan UKM. Ada beberapa faktormempengaruhi perkembangan UKM, yaitu:

- a. Kebijakan Pemerintah, pada hakekatnya, kebijakan adalah aturan yang diterima secara umum, bila dikaitkan pemahaman bersama, maka mencakup upaya untuk mengatur semua dimensi aktivitas manusia di wilayah tersebut. Kebijakan pemerintah ditujukan untuk menjaga keberlangsungan ekonomi masyarakat, selain kebijakan pemerintah juga mengatur tentang pembinaan UMKM, kemitraan, perizinan, koordinasi dan pemantauan mandat UMKM beserta pengaturan perpindahan (Lumempow & Sambiran, 2021).
- b. Pemasaran, pemasaran merupakan bagian penting usaha, terutama bagi UMKM. Khususnya di Indonesia, pemasaran menjadi kendala terbesar bagi pengusaha UMKM. Di Indonesia, faktor pemasaran ialah salah satu

hambatan terbesar bagi UKM karena UMKM tidak memiliki pengetahuan tentang pentingnya pemasaran dalam usahanya, sehingga UMKM tidak dapat menggunakan sumber dayanya untuk mendukung proses pemasaran (Rayo & Rantung, 2020).

- c. Teknologi, peran teknologi sekarang lebih penting dari sebelumnya. Kemakmuran suatu negara, efisiensi ekonomi, keamanan nasional, dan perdamaian sosial terkait erat dengan kemajuan teknologi. Teknologi informasi bermanfaat bagi UKM karena bisnis mereka tidak hanya terhubung dengan UKM sejenis, tetapi juga menghadapi serangan produk eksternal dengan kualitas produk yang lebih baik.
- d. Permodalan, biasanya UMKM memulai usaha dari tahap yang sangat sederhana serta memakai dana yang relatif rendah. Modal awal merupakan aset yang penting saat memulai bisnis untuk pertama kali. Modal sebagai aspek penting dari produksi. Pengembangan UKM berpatokan dengan modal awal ini. Jika UMKM memiliki modal awal yang tinggi maka output yang dihasilkan semakin tinggi yang akan mempengaruhi pertumbuhan UMKM tersebut (Samudra, 2020).

### **Strategi Pengembangan Usaha**

Strategi adalah pendekatan secara menyeluruh yang mencakup penerapan konsep, perencanaan, dan tindakan dalam jangka waktu tertentu.. Hal ini melibatkan pengambilan keputusan penting yang memiliki dampak signifikan terhadap keberhasilan atau kegagalan individu atau organisasi dalam usaha bisnis

mereka. Sumber daya manusia merupakan komponen yang tidak terpisahkan dan sangat diperlukan dalam pengembangan bisnis suatu organisasi.

Strategi yang efektif memerlukan peningkatan koordinasi kerja tim, tema yang koheren, dan keberhasilan penerapan pilihan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Konsep strategi dapat dikategorikan menjadi tiga golongan berbeda yang dapat menerapkan dan menjalankan suatu perusahaan: (1) strategi perseroan, (2) strategi usaha atau strategi bersaing, dan (3) strategi fungsional (Sudaryanto, dkk., 2011).

Menurut Hendro (2011), rencana pengembangan bisnis adalah pendekatan sistematis yang digunakan untuk mengidentifikasi dan melaksanakan tujuan organisasi dengan cara:

1. Kebutuhan modal untuk mendirikan bisnis
2. Analisis resiko kegagalan perusahaan
3. Analisis tingkat keuntungan dan waktu pengembalian investasinya serta arus kas dan investasi usahanya
4. Tren pasar dan periode pertumbuhan usahanya
5. Faktor-faktor perubahan dan yang mengubah
6. keperluan SDM dan keterampilan
7. Tingkat operasional kerumitan usahanya

Strategi pengembangan yaitu rencana proaktif yang memerlukan pengambilan keputusan oleh pengelolaan untuk mencapai pertumbuhan perusahaan. Selain itu, rencana pengembangan mempunyai dampak yang signifikan terhadap siklus hidup jangka panjang organisasi atau perusahaan, yang mencakup setidaknya lima tahun. Strategi pengembangan memainkan posisi yang bermanfaat

saat mengatasi masalah internal maupun eksternal yang mungkin dihadapi suatu usaha.

### **Konsep Strategi SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*)**

#### a. Pengertian Analisis SWOT

Biasanya, perusahaan menggunakan analisis SWOT untuk mengevaluasi lingkungan eksternal (peluang dan ancaman) serta lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan). Tujuannya adalah untuk membaca langkah-langkah yang tepat dan efisien dalam merumuskan strategi yang akan memitigasi terjadinya peristiwa-peristiwa tidak menguntungkan yang berpotensi mengganggu dan membahayakan organisasi di masa depan.

Analisis SWOT adalah alat yang berfungsi buat mengembangkan strategi yang efisien dan menilai hasil analisis situasional. Ini membantu menemukan dan mengkategorikan kekuatan, kelemahan, serta peluang dan ancaman (Subaktilah et al., 2018).

Analisis SWOT adalah alat penilaian strategis yang dipakai oleh perusahaan untuk mengetahui dan memanfaatkan kekuatan internal mereka guna memanfaatkan peluang eksternal. Selain itu, analisis SWOT membantu perusahaan dalam mengidentifikasi dan mengatasi kelemahan bisnis, serta mengembangkan strategi untuk memitigasi potensi risiko yang dapat berdampak buruk pada perusahaan.

Analisis SWOT adalah alat penting dalam perencanaan yang menolong lembaga/organisasi dalam menggapai tujuan mereka dengan meneleah faktor

internal dan eksternal. Kajian ini menjamin kapasitas organisasi dimanfaatkan secara maksimal.

b. Tujuan analisis Swot

Menurut (Arda et al., 2020) ada 2 tujuan analisis Swot, yakni :

1. Analisis internal untuk mengungkap dan menjelaskan berbagai variabel yang berperan kepada kekuatan dan kelemahan suatu perusahaan.
2. Analisis eksternal berupaya mengungkap serta menjelaskan beragam elemen yang menghadirkan kemungkinan dan bahaya bagi suatu organisasi.

**Analisis Lingkungan Internal**

Lingkungan internal mengacu pada berbagai elemen yang ada dalam suatu perusahaan. Lingkungan internal suatu perseroan mencakup kapaasitas dan mutu sumber daya manusia, material, dan keuangan, serta kapasitasnya untuk memprediksi kelemahan dan kekuatan struktur organisasi dan manajemennya.

Faktor internal mencakup berbagai bidang fungsional, termasuk manajemen, pemasaran, keuangan (akuntansi), penelitian dan pengembangan, dan sistem informasi manajemen. Faktor lingkungan internal mengacu pada seluruh aspek operasional perusahaan yang dapat menunjukkan kekuatan atau kelemahannya dan berada di bawah kendali pimpinan perusahaan. Lingkungan internal perusahaan mengacu pada kondisi dan faktor-faktor dalam perusahaan yang mempengaruhi kinerjanya, termasuk kekuatan dan keterbatasannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyusun katalog aset perusahaan dan katalog kekurangannya yang memerlukan penyelesaian.

Variabel lingkungan internal mengacu pada seluruh aspek operasional perusahaan yang dapat mengungkapkan kekuatan atau kekurangannya dan berada dalam kendali pimpinan perusahaan. Kekuatan dan kelemahan internal mengacu pada aspek organisasi yang dapat diatur dan dijalankan dengan kecakapan tinggi maupun kecakapan rendah. Unsur internal tersebut diwujudkan dalam kegiatan manajemen, pemasaran, keuangan (akuntansi), produksi atau operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi manajemen.

### **Analisis Lingkungan Eksternal**

Lingkungan eksternal mengacu pada faktor di luar kendali perusahaan yang dapat mempengaruhi kinerja seluruh perusahaan industri. Informasi eksternal terdapat dari beberapa sumber di lingkungan eksternal perusahaan, sebagai analisis pasar, analisis persaingan, analisis komunitas, analisis pemasok, analisis manajemen, dan analisis persaingan khusus (Rangkuti, 2014).

### **Penelitian Terdahulu**

Dalam penelitian Ary Eko Prastya Putra, (2023) tentang “Analisis Pendapatan Kerajinan Sapu Ijuk Dan Kontribusinya Terhadap Pendapatan Keluarga Di Desa Kota Mulya Kecamatan Semendawai Timur Kabupaten Oku Timur”. Hasil penelitian menunjukkan produksi sapu ijuk per bulan di “Desa Kota Mulya Kecamatan Semendawai Timur Kabupaten OKU Timur” mengalami peningkatan dalam tiga tahun terakhir, dengan rata-rata produksi per bulan selama tiga tahun terakhir dengan rata-rata yaitu 824 buah. Rata-rata produksi sapu ijuk per bulan dalam tiga tahun terakhir adalah 824 buah, dengan harga jual Rp.20.000-23.000 total biaya produksi sebesar Rp.23.932.000/Bulan maka

pendapatannya sebesar Rp.10.859.666/Bulan. Bahwa usaha kerajinan sapu ijuk memberikan kontribusi besar terhadap total pendapatan keluarga yaitu sebesar 86,02%.

Dalam penelitian Kantikowati et al., (2018) tentang “Strategi Pengembangan Usaha Strategi Pengembangan Usaha Industri Sapu Ijuk Berdasarkan Kondisi Sosial Ekonomi Pemilik Usaha Sapu Ijuk” dengan metode Analisis SWOT. Temuan penelitian menunjukkan bahwa kondisi sosial-ekonomi pemilik usaha baik. Pemanfaatan matriks SWOT telah mengarah pada identifikasi berbagai strategi untuk meningkatkan bisnis serat kelapa sawit. Strategi-strategi tersebut antara lain: menambah basis pelanggan, menyelaraskan harga dengan kualitas produk agar tetap kompetitif, memperluas kapasitas produksi, memastikan penyediaan produk sapu ijuk berkualitas tinggi, mendapatkan pinjaman dari bank dan melaksanakan kegiatan promosi, meningkatkan praktik manajemen bisnis, meningkatkan keuangan dan sistem pencatatan administrasi, inovasi produk sapu ijuk yang menarik, diversifikasi penawaran produk ijuk, dan pemanfaatan limbah sapu ijuk secara efektif.

Dalam penelitian Rinandiyana & Kurniawan, (2021) tentang “Analisa Dampak Covid 19 Terhadap Produktivitas Pengusaha Sapu Ijuk Desa Medan Sinembah”. Temuan penelitian menunjukkan adanya disparitas produksi dan pendapatan antara periode satu tahun sebelum terjadinya Covid-19 (Maret 2019 – Maret 2020) dan periode terjadinya Covid-19 (Maret 2020 – Maret 2021). Pengusaha Yudi melihat penurunan produktivitas output paling signifikan selama pandemi Covid-19, yakni penurunan sebesar 25%. Selama pandemi Covid-19,

pengusaha Rosdiani melihat penurunan pendapatan yang signifikan sebesar Rp. 11.259.306 yang dampaknya paling terasa.

Defi dkk. (2022) melakukan penelitian mengenai pengaruh lokasi, inovasi produk, dan harga terhadap keunggulan kompetitif pada usaha kecil dan menengah (UKM) yang memproduksi sapu lidi dan ijuk di Kecamatan Tanjung Morawa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi, inovasi produk, dan harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing UKM industri sapu lidi dan ijuk. Ijuk terletak di Kecamatan Tanjung Morawa. Temuan model regresi linier berganda adalah sebagai berikut:  $Y = -1,243 + 0,170X_1 + 0,461X_2 + 0,464X_3 + e$ . Keluaran uji t variabel lokasi menghasilkan nilai t hitung sebesar 1,736 lebih besar dari nilai t kritis sebesar 1,693 pada taraf signifikansi 5%. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas situs memberikan dampak positif terhadap kinerja UMKM sapu dan ijuk di Kecamatan Tanjung Morawa. Hasil uji t pada variabel inovasi produk menunjukkan nilai t hitung sebesar 2,537 lebih besar dari nilai t kritis sebesar 1,693 pada taraf signifikansi 5%. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara inovasi produk dengan kinerja UMKM industri sapu lidi dan sapu ijuk di Kecamatan Tanjung Morawa. Selain itu uji t menunjukkan bahwa variabel harga mempunyai nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel yaitu 3,073 lebih besar dari 1,693 pada taraf signifikansi 5%. Oleh karena itu, semakin menguntungkan harga yang diberikan, semakin besar manfaatnya bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) khusus sapu lidi dan ijuk di Kecamatan Tanjung Morawa. Hasil uji F menunjukkan bahwa angka F (9,749) lebih besar dari nilai F tabel (2,911). Hal ini menunjukkan bahwa pada tingkat signifikan 0,05, gabungan pengaruh lokasi,

inovasi produk, dan harga berpengaruh signifikan terhadap keunggulan UMKM sapu dan ijuk di Kecamatan Tanjung Morawa. Nilai koefisien jaminan ( $R^2$ ) sebesar 0,485 menunjukkan bahwa 48,5% variasi variabel keunggulan dapat disebabkan oleh pengaruh lokasi, inovasi produk, dan harga. Sisanya sebesar 51,5% disebabkan oleh faktor lain yang tidak dipertimbangkan dalam analisis.

Sibuea (2022) melakukan penelitian “Analisis Rantai Pasok pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Sapu di Kabupaten Deli Serdang dengan menggunakan metode Analytical Hierarchy Process (AHP)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rantai pasok pada industri sapu lidi di daerah ini terdiri dari pemasok, pengusaha sapu, pedagang lidi, pemasar, dan konsumen. Daerah penelitian menunjukkan kinerja rantai pasok yang tinggi, ditunjukkan dengan nilai rasio konsistensi sebesar 0,083. Keberhasilan ini tidak lepas dari kemitraan yang kuat dengan pemasok bahan baku yang secara konsisten memenuhi permintaan pengusaha. Selain itu, ketersediaan tenaga kerja terampil juga berperan penting dalam mendukung pengembangan usaha dan pemasaran produk.

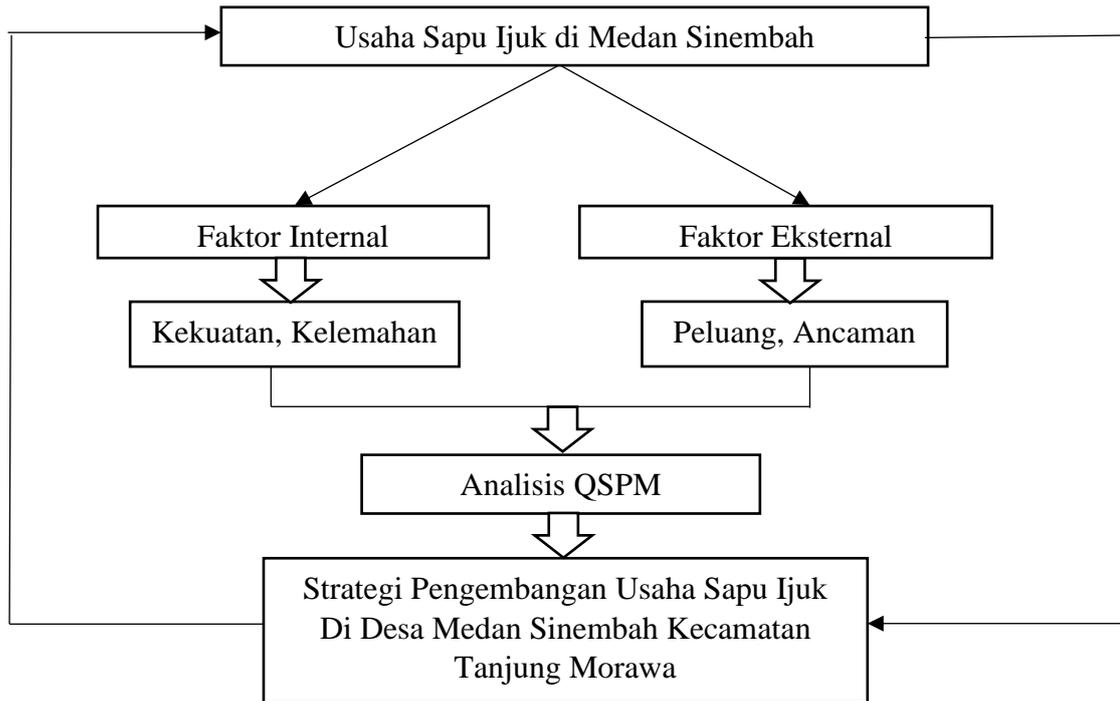
### **Kerangka Pemikiran**

Penelitian ini merupakan bagian dari proyek Penelitian Strategis yang bertajuk “Strategi Pengembangan Usaha Sapu Ijuk”. Untuk mewujudkan UMKM yang dapat mendorong pertumbuhan perusahaan di Tanjung Morawa, perlu mempertimbangkan pertimbangan prioritas internal dan eksternal. Unsur-unsur tersebut akan berdampak pada pertumbuhan dan perkembangan perusahaan. Subyek penelitian ini adalah suatu usaha yang berlokasi di Desa Medan Sinembah

yang bergerak dalam bidang produksi sapu ijuk yang saat ini sedang dikembangkan di Medan Sinembah.

Gambar 1 menggambarkan kerangka konseptual dimana penelitian berfokus pada industri sapu ijuk di Medan Sinembah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis variabel internal yang berkontribusi terhadap kekuatan dan kelemahan perusahaan, serta faktor eksternal yang menciptakan peluang dan ancaman.

Analisis SWOT yang merupakan singkatan dari Strengths (Kekuatan), Weaknesses (Kelemahan), Opportunities (Peluang), dan Threats (Ancaman) digunakan untuk mengidentifikasi dan mengembangkan strategi bagi pengusaha serat sawit. Matriks QSPM kemudian digunakan untuk memilih strategi yang paling sesuai berdasarkan kondisi internal pengusaha dan faktor lingkungan eksternal. Analisis SWOT sering mengandalkan penalaran rasional untuk mengoptimalkan kekuatan dan peluang sekaligus meminimalkan kelemahan dan ancaman. Selanjutnya didirikanlah pendekatan yang digunakan untuk membina industri sapu ijuk di Desa Medan Sinembah. Matriks QSPM akan diubah menjadi data kuantitatif yang akan menjadi landasan dalam merancang inisiatif pembangunan. Rumusan strategi merupakan puncak penelitian, mewakili hasil akhir.



Keterangan: —————▶ Menyatakan pengaruh

————— Menyatakan hubungan

Gambar 1. Kerangka Pemikiran.

## **METODE PENELITIAN**

### **Metode Penelitian**

Metodologi penelitian yang digunakan adalah pendekatan studi kasus, yang melibatkan observasi langsung dan analisis lapangan. Studi kasus adalah suatu pendekatan penelitian yang mengkaji suatu subjek tertentu dalam jangka waktu tertentu atau suatu fenomena yang terjadi di suatu lokasi tertentu, yang mungkin berbeda dengan lokasi lainnya. Studi kasus untuk menawarkan gambaran yang rumit tentang konteks dan ciri-ciri yang berbeda dari kasus atau kondisi, dan kemudian menarik kesimpulan umum berdasarkan ciri-ciri tersebut.

### **Metode Penentuan Lokasi Penelitian**

Penentuan lokasi sengaja dilakukan di Desa Medan Sinembah, Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang. Lokasi ini sengaja dipilih karena merupakan sebagai daerah industri sapu ijuk.

### **Metode Penarikan Sampel**

Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki kriteria dan sifat yang sama, dan digunakan untuk mewakili populasi untuk tujuan penelitian. Pendekatan pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metodologi Non Probability Sampling. Strategi ini digunakan ketika populasi tidak diberikan peluang atau peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel.

Unsur sampel dipilih dengan menggunakan teknik sampling jenuh yang sering disebut dengan sensus. Metode pengambilan sampel ini dipakai ketika seluruh populasi dijadikan sampel.

Rasponden dalam penelitian ini adalah para pengusaha penghasil sapu berbahan baku ijuk di Desa Medan Sinembah Kecamatan Tanjung Morawa. Sampel penelitian terdiri dari 15 orang pengusaha ijuk yang mewakili populasi secara keseluruhan. Strategi pengambilan sampel menggunakan sensus karena jumlah sampel penelitian di bawah 30. Oleh karena itu, dirasa lebih tepat jika menggunakan jumlah populasi sebagai sampel dalam penelitian.

### **Metode Pengumpulan Data**

Sumber data penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder.

#### **a. Data Primer**

Data primer mengacu pada informasi yang dikumpulkan langsung oleh peneliti langsung dari sumber aslinya. Data primer dalam konteks ini mengacu pada data yang dikumpulkan secara langsung melalui observasi lapangan dan wawancara yang dilakukan terhadap pengrajin sapu ijuk di Desa Medan Sinembah, Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang.

#### **b. Data Sekunder**

Data sekunder mengacu pada data yang telah ada sebelumnya yang didapat melalui upaya penelitian dan pengumpulan. Data sekunder dapat dengan lebih mudah dan cepat karena ketersediaannya, seperti di perpustakaan, organisasi, sumber perdagangan, biro statistik pusat, dan lembaga pemerintah. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari jurnal, literatur penelitian terdahulu, dan data terkait yang dipublikasikan oleh lembaga pemerintah maupun lembaga terkait.

## Metode Analisis Data

Teknik analisis data yang dipakai adalah metode analisis deskriptif. Teknik deskriptif adalah suatu pendekatan yang berupaya memberikan penjelasan rinci tentang suatu fenomena atau peristiwa yang sedang terjadi. Metode deskriptif memusatkan perhatian pada permasalahan nyata pada saat penelitian berlangsung. Penelitian ini dengan menggunakan bantuan tabel, untuk mengetahui besarnya pendapatan yang diperoleh pengusaha sapu ijuk. Untuk mengatasi permasalahan awal, analisis deskriptif untuk mengkaji elemen internal dan eksternal yang berkontribusi terhadap pertumbuhan industri sapu fiber.

### 1. Analisis Faktor Strategi Internal

Analisis lingkungan internal untuk menyederhanakan serta menilai kekuatan dan kekurangan suatu perusahaan. Proses pembuatan matriks IFE (Internal Factor Evaluation) yakni:

- a. “Identifikasi kelebihan dan kekurangan pengusaha sapu ijuk.
- b. Berikan bobot pada masing-masing variabel dengan menggunakan skala 1 (jika faktor horizontal kurang signifikan dibandingkan faktor vertikal), 2 (jika faktor horizontal sama signifikannya dengan faktor vertikal), dan 3 (jika komponen horizontal lebih signifikan daripada faktor vertikal). faktor vertikal). Skala digunakan untuk mengisi kolom.
- c. Selanjutnya, berikan peringkat mulai dari 1 hingga 4 untuk masing-masing faktor untuk mengidentifikasi adanya kelemahan yang signifikan (peringkat = 1), sedikit kelemahan (peringkat = 2), sedikit kekuatan (peringkat = 3), atau signifikansi. kekuatan (peringkat = 4).

- d. Hitung skor setiap variabel dengan mengkalikan bobot setiap faktor dengan peringkatnya.
- e. Hitung jumlah nilai rata-rata untuk setiap variabel. Jika nilai rata-rata keseluruhan turun di bawah 2,5, hal ini menunjukkan adanya kelemahan internal dalam perusahaan. Namun demikian, jika nilai rata-rata keseluruhan melebihi 2,5, hal ini menunjukkan bahwa organisasi mempunyai posisi yang kuat menurut nilai internalnya.”

Contoh format dari matriks IFE sebagai berikut:

Tabel 2. Internal Factor Evaluation (IFE)

<b>Faktor- Faktor Strategi Internal</b>	<b>Bobot (B)</b>	<b>Rating (R)</b>	<b>Bobot x Rating (BxR)</b>
<b>Kekuatan</b>			
<b>kelemahan</b>			
<b>Total</b>			

*Sumber: Data Rangkuti 2014*

## 2. Analisis Faktor Strategis Eksternal

Studi lingkungan eksternal untuk menyederhanakan dan menilai potensi kemungkinan dan bahaya yang dihadapi perusahaan. Langkah – langkah pembuatan matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*) yaitu:

- a. “Identifikasi faktor penentu utama peluang dan bahaya bagi pengusaha di industri serat kelapa sawit.
- b. Berikan bobot pada masing-masing variabel dengan menggunakan skala 1 (jika faktor horizontal kurang signifikan dibandingkan faktor vertikal), 2 (jika faktor horizontal sama signifikannya dengan faktor vertikal), dan 3

(jika komponen horizontal lebih signifikan daripada faktor vertikal). faktor vertikal). Skala digunakan untuk mengisi kolom.

- c. Selanjutnya, berikan peringkat mulai dari 1 hingga 4 untuk masing-masing faktor, yang menunjukkan adanya kelemahan signifikan (peringkat = 1), sedikit kelemahan (peringkat = 2), sedikit kekuatan (peringkat = 3), atau kekuatan signifikan (peringkat = 4).
- d. Hitung skor setiap variabel dengan mengkalikan bobot setiap faktor dengan peringkatnya.
- e. Hitung total nilai rata-rata untuk setiap variabel. Apabila nilai rata-rata keseluruhannya berada di bawah 2,5, maka pengusaha sapu ijuk dianggap lemah secara lahiriah. Namun jika skor rata-rata keseluruhan melebihi 2,5, hal ini menunjukkan faktor eksternal perusahaan menunjukkan posisi kuat.”

Contoh format dari matriks EFE sebagai berikut:

Tabel 3. Eksternal Factor Evaluation (EFE)

<b>Faktor- Faktor Strategi Eksternal</b>	<b>Bobot (B)</b>	<b>Rating(R)</b>	<b>Bobot x Rating (BxR)</b>
<b>Peluang</b>			
<b>Ancaman</b>			
<b>Total</b>			

*Sumber : Data Rangkuti 2014*

Untuk menjawab rumusan masalah kedua mengenai rencana kemajuan industri ijuk di Desa Medan Sinembah digunakan pendekatan analisis SWOT. SWOT merupakan singkatan dari *Strength*, *Weakness*, *Opportunity*, dan *Threat*. Analisis SWOT memungkinkan identifikasi sistematis dari banyak aspek untuk membangun strategi yang dikategorikan sebagai kekuatan dan peluang (SO),

kekuatan dan ancaman (ST), kelemahan dan peluang (WO), serta kelemahan dan ancaman (WT). Analisis didasarkan pada pendekatan logis untuk mengoptimalkan kekuatan dan peluang sekaligus meminimumkan kelemahan dan ancaman. Berikut penjelasan dari strength, weakness, opportunity, dan threats atau SWOT:

a. *Strength* (Kekuatan)

Kekuatan mengacu pada keunggulan komparatif yang dimiliki suatu perusahaan atau organisasi dibandingkan pesaingnya dan kebutuhan spesifik pasar yang dilayaninya. Area keunggulan dapat mencakup sumber daya keuangan yang kuat, reputasi yang baik, posisi pasar yang kuat, hubungan pemasok yang solid, basis pelanggan setia, dan kepercayaan dari pemangku kepentingan.

b. *Weakness* (Kelemahan)

Kelemahan mengacu pada dependensi sumber daya, keahlian, dan kapasitas yang menghalangi kemampuan perusahaan atau organisasi untuk bekerja secara efektif. Keterbatasan dan kekurangan sarana dan prasarana, kemampuan manajerial yang belum memadai, kemampuan pemasaran yang belum memadai untuk memenuhi permintaan pasar, produk yang tidak diminati pengguna ataupun calon pengguna, dan perolehan keuntungan yang belum proporsional terlihat jelas.

c. *Opportunity* (Peluang)

Peluang merupakan keadaan menguntungkan utama dalam lingkungan perusahaan. Definisikan pengertian keadaan ini, yang meliputi:

- 1) Hubungan dengan pembeli yang akrab.
- 2) Hubungan yang baik dengan pemasok.
- 3) Kencendrungan krusial yang terjadi dikelompok pengguna produk.
- 4) Identifikasi suatu segment pasar yang belum mendapat kepedulian.

d. *Threats* (Ancaman)

Ancaman mengacu pada elemen eksternal yang menimbulkan dampak negatif pada perusahaan. Jika dibiarkan, permasalahan ini memberi ancaman signifikan bagi perusahaan, baik saat ini maupun dalam jangka panjang. Beberapa contoh faktor risiko meliputi:

- 1) Masuknya pesaing baru di pasar.
- 2) Perkembangan pasar yang lambat.
- 3) Meningkatnya posisi penawar produk.
- 4) Perkembangan dan perubahan teknologi.
- 5) Perubahan dalam peraturan perundang-undang.



Gambar 2. Diagram SWOT

Keterangan :

**Kuadran 1 (positif, positif)**

Ini adalah posisi yang sangat menguntungkan. Bisnis ini memiliki atribut yang menguntungkan dan peluang pertumbuhan yang potensial, sehingga memungkinkannya memanfaatkan keadaan saat ini. Pendekatan yang digunakan dalam keadaan seperti ini adalah dengan mendukung semua peraturan yang asertif.

### **Kuadran 2 (positif, negatif)**

Meski menghadapi beragam kendala, bisnis ini tetap mendapat ketahanan yang melekat. Pendekatan yang efektif adalah dengan memanfaatkan kekuatan dan memanfaatkan peluang melalui diversifikasi produk.

### **Kuadran 3 (negatif, positif)**

Sebuah upaya untuk menghadapi prospek pasar saat ini, namun pada saat yang sama juga menghadapi kekurangan dan kendala internal. Pendekatan yang dilakukan adalah memitigasi permasalahan operasional internal guna memanfaatkan prospek pasar yang lebih baik.

### **Kuadran 4 (negatif, negatif)**

Mengingat situasinya, tidak ada kemungkinan hasil yang bisa menghasilkan kemenangan. Bisnis menghadapi berbagai kelemahan dan ancaman internal. Pendekatan yang dipilih adalah menerapkan langkah-langkah defensif untuk mencegah kerugian lebih lanjut selama operasi penyelamatan.

Tabel 4. Matriks SWOT

<b>Internal</b> <b>Eksternal</b>	<b>Strength (s)</b> menentukan 4-10 faktor-faktor kekuatan internal	<b>Weakness (W)</b> menentukan 4-10 faktor-faktor kelemahan internal
<b>Opportunity (Q)</b> Menentukan 4-10 faktor-faktor peluang eksternal	<b>Strategi (S-O)</b> Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	<b>Strategi (W-O)</b> Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
<b>Threat (T)</b> Menentukan 4-10 faktor-faktor ancaman eksternal	<b>Strategi (S-T)</b> Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	<b>Strategi (W-T)</b> Menciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Harisnudin (2019)

- Strategi SO

Strategi ini ditetapkan berdasarkan pola pikir perusahaan, khususnya memanfaatkan seluruh aset yang dimiliki untuk memaksimalkan penangkapan dan eksploitasi peluang.

- Strategi ST

Hal ini melibatkan pemanfaatan keunggulan inheren organisasi untuk memitigasi potensi risiko.

- Strategi WO

Strategi ini dijalankan dengan memanfaatkan kemungkinan-kemungkinan yang ada sekaligus mengurangi kelemahan yang ada.

- Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada langkah defensif dan bertujuan memitigasi kerentanan yang ada dan menghindari penyerang.

### **Matriks SWOT**

Matriks SWOT adalah alat yang dipakai untuk mengumpulkan aspek kebijakan organisasi. Matriks SWOT terdiri dari 9 sel, terdapat 4 sel faktor utama, 4 sel strategi, dan 1 sel yang dibiarkan kosong (sel kiri atas). Ke 4 sel strategi, yang diberi nama SO, WO, ST, dan WT, dikembangkan setelah melengkapi ke 4 sel faktor utama, yang diberi S, W, O, T. Terdapat 8 langkah dalam menyusun matriks swot, yaitu :

- “Membuat daftar peluang eksternal utama perusahaan
- Menuliskan ancaman eksternal utama perusahaan
- Menuliskan kekuatan internal utama perusahaan

- Menuliskan kelemahan internal utama perusahaan
- Mencocokkan kekuatan internal dengan peluang eksternal dan mencatat resultan strategi SO dalam sel yang tepat.
- Mencocokkan kelemahan internal dengan peluang eksternal dan mencatat resultan strategi WO dalam sel yang tepat.
- Mencocokkan kekuatan internal dengan ancaman eksternal dan mencatat resultan strategi ST dalam sel yang tepat.
- Mencocokkan kelemahan internal dengan ancaman eksternal dan mencatat resultan strategi WT dalam sel yang tepat.”

Tabel 5. Matriks QSPM

Faktor-Faktor Sukses Strategi	Bobot	Alternatif Strategi					
		Strategi I		Strategi II		Strategi III	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
Kekuatan							
Kelemahan							
Peluang							
Ancaman							
Total							

Sumber : Qanita (2020)

Keterangan:

AS = Attractiveness Scores (Nilai Daya Tarik)

TAS = Total Attractiveness Scores (Total Nilai Daya Tarik) Besaran total nilai dalam QSPM matrik inilah yang menjadi informasi kuantitatif yang menjadi dasar bagi perumusan strategi pengembangan. Rumus strategi dengan demikian menjadi rumusan hasil akhir dari penelitian ini.

### **Matriks QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix)**

Matriks QSPM, juga dikenal sebagai Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif, adalah alat yang dipakai untuk menguji berbagai alternatif strategi untuk memilih strategi yang paling penting untuk dilakukan. Taktik alternatif yang dikaji pada poin ini adalah taktik yang diuraikan dalam kajian sebelumnya, yang melibatkan integrasi komponen internal dan eksternal. Matriks QSPM memungkinkan manajemen untuk menyinkronkan berbagai strategi dan menetapkan prioritas implementasi strategi (Qanita, 2020).

Setelah berhasil merumuskan beberapa strategi berbeda, perusahaan kemudian harus menilai dan memilih rencana optimal yang paling selaras dengan keadaan internal organisasi dan konteks lingkungan eksternal. QSPM dimanfaatkan untuk tujuan tersebut. Proses pembuatan matriks QSPM melibatkan enam langkah spesifik berikut, sebagaimana diuraikan Sugianto dan Hongdiyanto (2017):

1. “Membuat inventarisasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman secara komprehensif sesuai dengan matriks SWOT.
2. Pertimbangkan pentingnya kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Bobot yang diberikan setara dengan bobot yang diberikan pada matriks IFE dan EFE.
3. Analisis tahap 2 dan identifikasi teknik lain yang harus dijajaki untuk implementasi.
4. Menghitung attractive score (AS) dengan mengevaluasi setiap aspek eksternal dan internal. Skor Ketertarikan berkisar dari 1 (tidak menarik) hingga 4 (sangat menarik).

5. Hitung total attractiveness score (TAS) dengan mengalikan bobot dengan daya tarik (AS).
6. Hitung total attractiveness score (TAS), dimana angka yang lebih tinggi menandakan strategi yang lebih menarik. Nilai total dalam matriks QSPM mewakili data kuantitatif untuk merumuskan strategi pembangunan. Rumusan strategi merupakan puncak dari penelitian, mewakili hasil akhir.”

### **Definisi dan Batasan Operasional**

#### **Definisi**

1. “Serat ijuk adalah zat alami yang berasal dari tanaman enau (*Arenga pinnata*).
2. Industri mengacu pada kelompok kolektif perusahaan atau bisnis yang terlibat dalam kegiatan yang bertujuan mengubah bahan mentah atau komoditas bernilai rendah menjadi barang bernilai lebih tinggi.
3. UMKM mengacu pada badan usaha yang ukurannya tidak terlalu besar. Mereka tunduk pada batasan tertentu dalam hal jumlah tenaga kerja, penjualan dan pendapatan, aset, penggunaan teknologi, dan manajemen bisnis, yang biasanya sederhana dan tradisional.
4. Analisis lingkungan internal (IFE) untuk menilai dan mengevaluasi kekuatan dan kekurangan bisnis serat ijuk.
5. Analisis lingkungan eksternal (EFE) guna menyederhanakan serta menguji peluang dan ancaman pada pengusaha sapu ijuk.
6. Matriks Internal Eksternal (IE) adalah alat untuk menganalisis dan mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja

organisasi. Penggunaan pendekatan ini untuk mendapatkan rencana usaha tingkat perusahaan yang lebih komprehensif.

7. Analisis SWOT adalah alat yang berharga untuk mengembangkan strategi yang efektif dalam perusahaan.
8. Kekuatan mengacu pada sumber daya keahlian atau keunggulan lain yang dimiliki suatu perusahaan atau organisasi dibandingkan dengan pesaingnya dan pasar yang dilayaninya.
9. Kelemahan mengacu pada keterbatasan atau kekurangan sumber daya, keahlian, dan kapasitas yang menghambat kinerja efektif suatu perusahaan ataupun organisasi.
10. Peluang adalah keadaan menguntungkan utama dalam lingkungan perusahaan.
11. Ancaman mengacu elemen eksternal yang memberi dampak merugikan perusahaan. Jika dibiarkan, permasalahan ini memberi risiko signifikan terhadap bisnis bersangkutan, baik saat ini maupun dalam jangka panjang.
12. Matriks QSPM adalah instrumen analitis yang menilai keinginan berbagai strategi dengan mengevaluasi sejauh mana elemen kunci keberhasilan eksternal dan internal dieksploitasi.”

### **Batasan Operasional**

1. “Lokasi penelitian ini adalah di Desa Medan Sinembah Kecamatan Tanjung Morawa Kabupaten Deli Serdang.
2. Sampel dari penelitian ini merupakan pengrajin sapu ijuk yang berada di daerah penelitian.
3. Penelitian dilakukan pada tahun 2023.”

## **DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN**

### **Letak dan luas Daerah penelitian**

Tanjung Morawa merupakan sebuah kecamatan di Kabupaten Deli Serdang yang letaknya bersebelahan dengan ibu kota kecamatan. Lokasinya sangat penting karena menyediakan akses mudah ke Bandara Internasional Kuala Namu.

Kecamatan Tanjung Morawa terletak pada koordinat geografis 03° 30' dan 11° 60' LU, serta 98° 46' dan 103° 83' BT. Kecamatan Tanjung Morawa terletak pada ketinggian 30 meter di atas permukaan laut dan berbatasan dengan wilayah berikut:

- a. “Sebelah Utara : Berbatasan dengan Kecamatan Batang Kuis dan Kecamatan Beringin.
- b. Sebelah Timur : Berbatasan dengan Kecamatan Lubuk Pakam dan Kecamatan Pagar Merbau.
- c. Sebelah Selatan : Berbatasan dengan Kecamatan STM Hilir.
- d. Sebelah Barat : Berbatasan dengan Kecamatan Patumbak, Kecamatan Percut Sei Tuan dan Kota Medan”

Kabupaten Tanjung Morawa memiliki luas sekitar 13.175 hektar atau 131,75 kilometer persegi. Memiliki 25 pemukiman dan 1 kecamatan. Kabupaten Tanjung Morawa mengalami suhu rata-rata berkisar antara 23°C hingga 33°C, dengan curah hujan 3 hingga 4 mm, menurut BPS (2010).

Desa Medan Senembah terletak di dalam Kecamatan Tanjung Morawa. Secara geografis terletak pada koordinat 2° 57' - 3° 16' LU dan 98° 33' - 99° 27' BT.

Desa Medan Senembah terletak pada ketinggian 35 meter di atas permukaan laut dan dikelilingi batas wilayah berikut:

- a. “Sebelah Utara : berbatasan dengan Desa Limau Manis dan Ujung Serdang.
- b. Sebelah Timur : berbatasan dengan Desa Telaga Sari dan Desa Bandar Labuhan.
- c. Sebelah Selatan : berbatasan dengan Desa Tadukan Raga Kecamatan STM Hilir.
- d. Sebelah Barat : berbatasan dengan Kecamatan Patumbak.”

Desa Medan Senembah memiliki luas sekitar 356 hektar dan terdiri dari 9 dusun. Curah hujan tahunan adalah 2000 mm. Suhu atmosfer rata-rata adalah 28°C. Desa Medan Senembah sebagian besar dihuni oleh warga yang melakukan budidaya kerajinan sapu lidi sebagai usaha rumahan yang dominan. Teknik pembuatan sapu lidi di Desa Medan Senembah terus dibudayakan dan kini menjadi sumber pendapatan masyarakat setempat.

### **Keadaan penduduk**

Jumlah penduduk Desa Medan Senembah kurang lebih 8.710 jiwa yang terdiri dari 2.032 kepala keluarga. Jumlah penduduk laki-laki sebanyak 4.395 jiwa, sedangkan jumlah penduduk perempuan sebanyak 4.312 jiwa. Tabel 6 menunjukkan kesenjangan yang jelas antara jumlah penduduk laki-laki dan perempuan di Desa Medan Senembah, dimana jumlah penduduk laki-laki lebih banyak dibandingkan penduduk perempuan.

Tabel 6. jumlah Penduduk di Desa Medan Senembah

No	Nama Dusun	Jumlah Penduduk			Jumlah KK
		Laki-laki	Perempuan	Total	
1	Dusun I	1.099	1.068	2.167	453
2	Dusun II	381	363	744	191
3	Dusun III	442	433	875	207
4	Dusun IV	407	438	845	247
5	Dusun V	396	386	782	228
6	Dusun VI	434	405	839	241
7	Dusun VII	277	299	576	127
8	Dusun VIII	301	310	611	157
9	Dusun IX	786	802	1.588	351
Jumlah		4.523	4.504	9.027	2.208

*Sumber: Data Kependudukan Desa Medan Sinembah, 2023*

Penduduk Desa Medan Senembah terdiri dari individu-individu dengan berbagai kategori umur dan jenis kelamin, mulai dari usia kurang dari satu tahun hingga lebih dari enam puluh tahun. Tabel 7 menyajikan rincian penduduk Desa Medan Senembah menurut kelompok umur dan jenis kelamin.

Tabel 7. jumlah Penduduk Desa Medan Senembah Berdasarkan Golongan Umur dan Jenis Kelamin

No	Golongan Umuar	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1	0-5 Tahun	499	497	996
2	6-15 Tahun	724	687	1.411
3	16-21 Tahun	503	536	1.039
4	22-35 Tahun	1.215	1.129	2.344
5	36-45 Tahun	797	858	1.655
6	46-60 Tahun	400	387	787
7	>60 Tahun	385	410	795
Jumlah		4.523	4.504	9.027

*Sumber: Data Kependudukan Desa Medan Sinembah, 2023*

Pekerjaan utama di Desa Medan Senembah adalah bekerja di pabrik, dan terdapat potensi munculnya industri rumahan yang dapat menjadi mata pencaharian alternatif bagi masyarakat setempat. Tabel 8 menampilkan jumlah penduduk Desa Medan Senembah yang dikategorikan berdasarkan mata pencaharian.

Tabel 8. Jumlah Penduduk Desa Medan Senembah Menurut Mata Pencaharian

No	Jenis Mata Pencaharian	Jumlah (jiwa)
1	Wiraswasta	1.716
2	Pedagang	955
3	Karyawan Pabrik	1.005
4	Buruh Harian Lepas	1.526
5	Perangkat Desa	15
6	Peternak	35
7	Petani/Pekebun	150
8	Dokter	2
9	Supir	30
10	Bidan/Perawat	10
11	PNS/TNI/POLRI	50
12	Guru/Dosen	55
13	Pengangguran	1.204
14	Pensiunan	20
15	Pelajar/Mahasiswa	1.150
16	IRT	1.104
Jumlah		9.027

*Sumber: Data Kependudukan Desa Medan Sinembah, 2023*

Penduduk Desa Medan Senembah menganut beberapa agama antara lain Islam, Kristen, Katolik, dan Tauhid. Tabel 9 menunjukkan bahwa penduduk Desa Medan Senembah sebagian besar berjumlah 6.320 jiwa yang beragama Islam.

Tabel 9. Jumlah Penduduk Desa Medan Senembah Berdasarkan Agama Yang Dianut

No	Agama	Jumlah (jiwa)
1	Islam	6.320
2	Kristen	1.805
3	Katholik	887
4	Kepercayaan Terhadap Tuhan Yang Maha Esa	15

*Sumber: Data Kependudukan Desa Medan Sinembah, 2023*

Suku Jawa merupakan suku terbesar di Desa Medan Senembah dengan jumlah penduduk 4.513 jiwa. Selain itu, penduduk Desa Medan Senembah juga mencakup suku Batak, Karo, Melayu, Sunda, Mandailing, Padang, dan Nias.

Kehadiran beragam suku dalam komunitas ini menjadi kekuatan kohesif bagi kemajuan dan perkembangannya. Tabel 10 menampilkan jumlah penduduk Desa Medan Senembah yang dikategorikan berdasarkan suku.

**Tabel 10. Jumlah Penduduk Desa Medan Senembah Berdasarkan Suku Bangsa**

No	Suku	Jumlah (jiwa)
1	Jawa	4.513
2	Batak	1.354
3	Karo	905
4	Melayu	903
5	Sunda	452
6	Mandailing	450
7	Padang	270
8	Nias	180

*Sumber: Data Kependudukan Desa Medan Sinembah, 2023*

### **Penggunaan Tanah**

Lahan di Desa Medan Senembah dimanfaatkan untuk berbagai keperluan, seperti pemukiman, persawahan semi teknis, persawahan pokok, perkebunan swasta, ladang/tegalan, dan lain-lain. Tabel 11 menampilkan penggunaan lahan yang dikategorikan berdasarkan luas lahan.

**Tabel 11. Penggunaan Tanah Berdasarkan Luas Tanah di Desa Medan Sinembah**

No	Penggunaan Tanah	Luas (ha)
1	Pemukiman	327,26
2	Perkantoran	0,04
3	Persawahan	4,5
4	Perkebunan	12
5	Wakaf	2,2
6	Lain-lain	10
Jumlah		356

*Sumber: Data Kependudukan Desa Medan Sinembah, 2023*

Tabel 11 menunjukkan bahwa penggunaan lahan yang dominan di Desa Medan Senembah adalah pemukiman dengan luas total 327,26 hektar. Sisanya terdiri dari perkantoran, persawahan, perkebunan, wakaf, dan lokasi lain yang

menjadi tempat industri kerajinan rumah tangga memproduksi sapu ijuk. Bisnis kerajinan sapu ijuk telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dan sebagian besar dijalankan dari rumah. Kehadiran lahan hunian memberikan keuntungan bagi masyarakat dalam menjalankan usahanya.

### **Sarana dan Prasarana**

Fasilitas mengacu pada seperangkat peralatan yang dapat digunakan oleh individu atau organisasi untuk memenuhi tujuan dan kebutuhan mereka. Infrastruktur berfungsi sebagai fondasi utama untuk mencapai tujuan.

Perkembangan dan kemajuan di Desa Medan Senembah tidak terlepas dari keberadaan pelayanan dan infrastruktur pendukungnya. Peningkatan dukungan dari segi sarana dan prasarana akan berdampak pada percepatan pertumbuhan di Desa Medan Senembah. Tabel 12 menampilkan berbagai sarana dan prasarana yang ada di Desa Medan Sinembah saat ini.

Tabel 12. Sarana dan Prasarana di Desa Medan Senembah

No	Fasilitas	Sarana dan Prasarana	Jumlah	Keterangan
1.	Pendidikan	PAUD	2	Dusun VI, VIII
		TK/RA/MDA	5	Dusun I, III, VIII, IX
		SD Negeri	1	Dusun V
		SD Swasta	1	Dusun I
		MI Negeri	1	Dusun V
		MI Swasta	3	Dusun IX, III, VIII
		SMP Negeri	1	Dusun I
		SMP Swasta	1	Dusun I
		MTs. Negeri	1	Dusun V
		MTs. Swasta	1	Dusun VIII
		MA Negeri	1	Dusun III
		MA Swasta	1	Dusun VI
		SMA Swasta	1	Dusun VIII
		Pondok Pesantren Modern	1	Dusun V
2.	Kesehatan	Puskesmas Pembantu	1	Dusun V
		Posyandu	7	Dusun I, III, VI, IX
3.	Rumah Ibadah	Masjid	8	Dusun I, II, V, VI, VII, VIII, IX
		Musholla	6	Dusun I, III, IV VIII, IX
		Gereja	7	Dusun I, IX
4.	Umum	Kantor Desa	1	Dusun VI
		Taman Pemakaman Umum	3	Dusun I, VI, IX
		Lapangan Sepak Bola	1	Dusun III
		Rumah Qur'an	1	Dusun VIII

Sumber: Data Kependudukan Desa Medan Sinembah, 2023

### Karakteristik Sampel

Ciri-ciri responden berkaitan dengan gambaran identitas pengrajin sapu ijuk yang aktif dalam kegiatan penelitian. Untuk mengetahui beberapa aspek latar belakang pengrajin sapu ijuk antara lain umur, pendidikan, jenis kelamin,

pengalaman, jumlah pekerja, jumlah tanggungan, dan pendapatan, maka perlu dilakukan pengumpulan informasi mengenai karakteristik responden.

Sampel dalam penelitian ini berjumlah sebanyak 15 responden yang merupakan perajin spesialis produksi sapu ijuk. Populasi mana pun dapat dijadikan sampel dalam penelitian ini.

### **Karakteristik Berdasarkan Usia Responden**

Usia responden menentukan kemampuannya dalam memberikan informasi tentang identifikasi pengrajin sapi ijuk. Berada di masa puncak masa kerja tentu akan memudahkan proses pembuatan sapu ijuk. Kemampuan pengrajin akan terpengaruh seiring bertambahnya usia. Usia dikategorikan menjadi tiga tingkat produktivitas: usia belum produktif, usia produktif, dan usia tidak produktif. Di bawah ini tabel yang menampilkan karakteristik responden berdasarkan umur.

Tabel 13. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No	Usia	Jumlah Responden
1	35-40 Tahun	4
2	41-50 Tahun	6
3	51-60 Tahun	5
<b>Jumlah</b>		<b>15</b>

*Sumber: Data Primer Diolah, 2023*

Tabel 13 menunjukkan kelompok umur 41-50 tahun mempunyai jumlah responden terbanyak yaitu 6 orang yang bergerak di bidang produksi sapu ijuk.

### **Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Responden**

Data yang disajikan pada tabel di bawah ini memberikan informasi latar belakang pendidikan responden, mulai dari sekolah dasar (SD) hingga sekolah menengah atas (SMA).

Tabel 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah Responden
1	SD	3
2	SMP/ SLTP	8
3	SMA/SMK	4
<b>Jumlah</b>		<b>15</b>

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 14, tingkat pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) mempunyai jumlah responden terbanyak yaitu sebanyak 8 orang. Temuan ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan pembuat sapu ijuk masih relatif kurang.

### **Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden**

Gender mengacu pada perbedaan antara laki-laki dan perempuan. Baik laki-laki maupun perempuan bisa menjadi pengrajin terampil di bidang produksi sapu ijuk. Tabel di bawah ini menampilkan karakteristik yang dikategorikan berdasarkan jenis kelamin responden.

Tabel 15. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Pendidikan	Jumlah Responden
1	Laki-laki	6
2	perempuan	9
<b>Jumlah</b>		<b>15</b>

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Dari Tabel 15 di atas, memperlihatkan karakteristik pengusaha sapu ijuk di dominasi oleh perempuan yaitu 9 orang dari total 15 responden, responden laki-laki 6 orang.

### **Karakteristik Berdasarkan Pengalaman Bekerja Pengrajin Sapu ijuk**

Tingkat pengalaman para pengrajin dalam usaha industri sapu ijuk secara tidak langsung akan mempengaruhi pemikiran mereka. Pengrajin berpengalaman di bidang sapu ijuk lebih mahir dalam memproduksi sapu ijuk karena

pemahamannya yang menyeluruh terhadap seluruh aspek yang terlibat dalam proses pembuatannya. Tabel di bawah ini menampilkan tingkat pengalaman kerja pengrajin ijuk.

Tabel 16. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Bekerja

No	Pengalaman pengusaha (Tahun)	Jumlah Responden
1	1-10	2
2	11-20	7
3	21-30	4
<b>Jumlah</b>		<b>15</b>

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 16 diatas menunjukkan karakteristik pengalaman bekerja terbesar pada 11-20 tahun, sebanyak 7 responden.

#### **Karakteristik Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja**

Jumlah tenaga kerja dalam usaha industri secara langsung mempengaruhi proses produksi. Semakin banyak tenaga kerja dalam pembuatan sapu ijuk maka semakin cepat dalam mencapai target produksi. Karakteristik berdasarkan tenaga kerja responden dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 17. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja

No	Tenaga Kerja	Jumlah Responden
1	1-3 orang	4
2	4-6 orang	7
3	7-8 orang	4
<b>Jumlah</b>		<b>15</b>

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Dari tabel 17, terdapat 4 responden dengan banyak tenaga kerja 1-3 orang, 7 responden dengan banyak tenaga kerja 4-6 orang, dan 4 responden dengan banyak tenaga kerja 7-9 orang.

### Karakteristik Responden Berdasarkan jumlah Tanggungan

Atribut peserta berdasarkan jumlah tanggungan dapat dilihat pada tabel 18 berikut ini:

Tabel 18. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan

No	Jumlah Tanggungan	Jumlah Responden
1	<3	3
2	3-4	8
3	>4	4
<b>Jumlah</b>		<b>15</b>

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 18 menyajikan jumlah tanggungan responden pengrajin sapu ijuk <3 sebanyak 3 orang, tanggungan responden 3-4 sebanyak 8 orang dan tanggungan responden >4 sebanyak 4 orang.

### Karakteristik Responden Berdasarkan pendapatan Penjualan

Karakteristik responden menurut pendapatan penjualannya dirinci pada Tabel 19 berikut:

Tabel 19. Karakteristik Responden Berdasarkan penerimaan Penjualan

No	Penerimaan Penjualan/Minggu	Jumlah Responden
1	500.000-1.000.000	4
2	1.100.000-1.500.000	11
<b>Jumlah</b>		<b>15</b>

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Dari tabel 18 diketahui jumlah responden dengan yang mempunyai pendapatan penjualan antara 500.000-1.000.000 sejumlah 4 orang, pendapatan penjualan antara 1.100.000-1.500.000 sejumlah 11 orang.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Gambaran Umum Pemasok Bahan Baku Sapu Ijuk**

Pemasok adalah perorangan yang menjual bahan baku, batang, dan lakop ijuk kepada pengrajin ijuk. Pemasok ini berlokasi di luar Kabupaten. Sumber serat berasal dari Kabupaten Tapanuli Selatan, sedangkan penyedia sapu ijuk dan lakop berasal dari Desa Medan Sinembah. Cara pengadaan bahan baku ijuk adalah lewat komunikasi telepon. Pengusaha biasanya membeli komponen pendukung seperti batang dan bilah dengan mengunjungi langsung pabrik pembuatannya. Bahan baku tersebut didistribusikan kepada pengusaha ijuk setiap hari Kamis melalui angkutan pick up. Proses pembayaran antara pemasok dengan pengrajin serat ijuk menggunakan dalam mata uang fisik.

### **Gambaran Umum Pengusaha Sapu Ijuk**

Terdapat 15 orang pengrajin sapu ijuk di Desa Medan Sinembah yang telah menerima bantuan dari sejumlah pekerja pembantu. Rata-rata para pengusaha ini sudah menjalankan usahanya sejak tahun 1990. Awalnya industri sapu ijuk dijalankan oleh sekelompok kecil perorangan. Namun, pada tahun 1990, usaha ini mengalami pertumbuhan yang signifikan karena masyarakat setempat mengambil alih dan mempekerjakan tenaga kerja untuk proses produksi. Pengusaha khusus sapu ijuk ini sukses menjual rata-rata 4.227 unit setiap bulannya.

Mayoritas pengusaha sapu ijuk di Desa Medan Senembah berprofesi sebagai usaha rumahan dan umumnya tidak mempekerjakan tenaga kerja. Namun, mereka sangat bergantung pada tenaga buruh perempuan. Pekerja perempuan pada usaha sapu ijuk mempunyai tugas seperti membersihkan ijuk, memasang segitiga

atau kipas, mengikat ijuk pada batang, menganyam ijuk pada batang atau segitiga, serta menyisir dan menghaluskan ijuk.

### **Analisis Faktor Internal Pengusaha Sapu Ijuk**

Analisis lingkungan internal mengkaji konsekuensi strategis langsung yang timbul dari dalam diri pengusaha serat kelapa sawit. Kajian lingkungan internal ini mencakup aspek terkait kekuatan dan kelemahan.

#### **Kekuatan**

##### **1. Harga Produk Yang Terjangkau**

Harga produk sapu ijuk di Medan Senembah tergolong murah dibandingkan harga produk sapu plastik (Rp20.000 – Rp50.000). Sedangkan harga sapu ijuk kipas yang berkualitas rendah (Rp5.000 – Rp6.000), sapu ijuk kipas yang berkualitas menengah (Rp9.000 - Rp11.000), sapu ijuk kipas tempahan berkualitas tinggi (Rp 12.500 - Rp16.000), sapu ijuk jahit rotan (Rp18.000), dan sapu ijuk laba - laba (Rp20.000,00).

##### **2. Proses Produksi Yang Mudah**

Proses produksi sapu ijuk yang mudah menjadi kekuatan bagi perajin sapu ijuk. Proses produksi sapu ijuk tidak terlalu sulit dan tidak memakan waktu yang lama dalam proses pembuatannya, waktu yang diperlukan dalam proses produksi sapu ijuk adalah  $\pm$  10 menit/pcs.

##### **3. Keterampilan Tenaga Kerja**

Keterampilan tenaga kerja dalam memproduksi sapu ijuk sangat mempengaruhi kualitas produk sapu ijuk yang dihasilkan. Keterampilan kerja

pengrajin sangat telaten dan cekatan sehingga produk yang dihasilkan pengrajin berkualitas dan rapi.

#### 4. Keberlangsungan Produksi Usaha

Keberlangsungan produksi usaha sapu dapat membuka lapangan pekerjaan untuk masyarakat setempat yang nantinya akan membantu perekonomian masyarakat tersebut.

### **Kelemahan**

#### 1. Kurangnya Manajemen Usaha Yang Baik

Kurangnya manajemen usaha yang baik kerajinan produksi dan keuangan untuk pencatatan input maupun output belum optimal, hal ini terjadi karena latar belakang pendidikan pengrajin yang tidak terlalu tinggi sehingga pengrajin sulit untuk melakukan pembukuan yang terstruktur dari proses input maupun outputnya.

#### 2. Tampilan dan Packing Produk Yang Kurang Menarik

Tampilan dan packing produk yang kurang menarik sangat mempengaruhi daya tarik/minat konsumen sehingga komoditi sapu ijuk belum menembus pasar modern.

#### 3. Keterbatasan Modal

Modal merupakan faktor penting mengembangkan usaha, dengan keterbatasan modal maka pengusaha industri sapu ijuk akan mengalami kendala dalam mengembangkan usahanya. Saat ini pengusaha industri sapu ijuk menggunakan modal sendiri sehingga tidak jarang juga pengusaha industri sapu ijuk yang menggunakan modal dari pinjaman koperasi maupun bank karena tidak adanya lembaga yang mendukung atau menaungi umkm sapu ijuk di desa tersebut.

Kesulitan modal sering timbul karena hasil penjualan terkadang dipakai untuk memenuhi kebutuhan pribadi rumah tangga pemilik.

### Analisis Matriks IFE

Data yang digunakan dalam analisis faktor internal terdiri dari dua sumber yaitu tabel normalisasi bobot faktor internal dan kuesioner penilaian faktor internal. Data-data tersebut dikumpulkan dalam rangka pengembangan usaha sapu ijuk di Desa Medan Sinembah Kecamatan Tanjung Morawa. Detail datanya dapat dilihat pada tabel berikut, di bawah ini:

Tabel 20. Matriks Internal Factor Evaluation (IFE)

<b>Faktor Strategis Internal</b>	<b>Bobot (B)</b>	<b>Rating (R)</b>	<b>Skor Total (BxR)</b>
<b>Kekuatan (Strength)</b>			
1. Harga produk yang terjangkau	0,21	4	0,88
2. Proses produksi yang mudah	0,17	4	0,68
3. Keterampilan tenaga kerja	0,16	3	0,51
4. Keberlangsungan produksi usaha	0,15	3	0,51
<b>Sub Total</b>	<b>0,68</b>	<b>14</b>	<b>2,58</b>
<b>Kelemahan (Weakness)</b>			
1. Kurangnya manajemen usaha yang baik	0,09	2	0,18
2. Tampilan dan packing produk yang kurang menarik	0,11	2	0,16
3. Keterbatasan Modal	0,12	2	0,20
<b>Sub Total</b>	<b>0,32</b>	<b>6</b>	<b>0,54</b>
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>20</b>	<b>3,12</b>

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 20. Dilihat bahwa faktor internal kekuatan (*strength*) harga produk yang terjangkau menjadi faktor yang sangat penting dalam pengembangan usaha sapu ijuk di Desa Medan Sinembah Kecamatan Tanjung Morawa dengan nilai skor 0,88. Pada kolom kelemahan (*weakness*) yang menjadi faktor utama adalah keterbatasan modal dengan nilai skor 0,20. Total nilai rata-rata

skor 3,12 maka internal usaha sapu ijuk di Desa Medan Sinembah mengindikasikan posisi internal yang kuat.

### **Analisis Faktor Eksternal Pengusaha Sapu Ijuk**

#### **Peluang**

##### **1. Harga Bahan Baku Ijuk Relatif Murah**

Harga bahan baku produk sapu ijuk relatif murah, harga ijuk dari sipirok yaitu Rp. 8.500/kg. Dengan relatif murahnya harga bahan baku ijuhnya sehingga harga sapu ijuk pun relatif murah mulai dari Rp 5000,00 – Rp 20.000,00. Dalam membuat 100 batang sapu ijuk dibutuhkan 50 kg ijuk. Penggunaan bahan ijuk perminggu yaitu 175 kg sampai 1.000 kg.

##### **2. Memiliki Pelanggan Tetap**

Usaha industri sapu ijuk ini memiliki pelanggan-pelanggan tetap yaitu distributor yang selalu membeli produk sapu ijuk kipas setiap minggu dengan rata-rata volume pembelian 1057 pcs/minggu dan memasarkan lagi ke beberapa daerah di kecamatan Tanjung Morawa dan luar provinsi sedangkan sapu ijuk jahit rotan di buat sesuai atas permintaan konsumen. Serta beberapa konsumen yang datang ketempat industri sapu ijuk untuk membeli sapu ijuk sebulan sekali, konsumen yang dimaksud yaitu konsumen yang memiliki warung kebutuhan pokok dan menyediakan sapu ijuk juga diwarungnya, biasanya mereka membeli 12 produk sapu ijuk perbulan.

### 3. Menambah Lapangan Pekerjaan

Dengan adanya home industri sapu ijuk ini berdampak positif bagi masyarakat karena bertambahnya lapangan pekerjaan untuk masyarakat sekitar sehingga dapat mengcilkan tingkat pengangguran yang ada pada Desa tersebut.

#### **Ancaman**

##### 1. Produk Pengganti Ada

Produk pengganti yang dimaksud adalah sapu plastik. Sapu yang tersedia di pasaran memiliki tipe yang beragam dan tidak hanya terbuat dari ijuk saja. Sapu plastik semakin populer karena daya tahannya yang meningkat dan estetika yang menarik, sehingga meningkatkan produksi. Sebaliknya, pengusaha kerajinan ijuk mengungkapkan kekhawatirannya atas potensi penurunan permintaan barang mereka.

##### 2. Kendala Alam/Cuaca

Keadaan iklim yang tidak menentu dapat mempengaruhi kegiatan produksi karena jika pada saat musim hujan dan pada saat bahan baku ijuk dalam keadaan basah akan sulit untuk mengeringkan bahan baku ijuk tersebut sehingga juga dapat memberikan pengaruh terhadap penurunan pendapatan perajin sapu ijuk.

#### **Analisis Matriks EFE**

Data yang diperoleh untuk perkembangan usaha ijuk di Desa Medan Sinembah Kecamatan Tanjung Morawa diperoleh dari tabel normalisasi bobot faktor eksternal dan kuesioner penilaian faktor eksternal seperti terlihat pada tabel berikut, di bawah ini:

Tabel 21. Matriks Eksternal Factor Evaluation (EFE)

<b>Faktor Strategis Eksternal</b>	<b>Bobot (B)</b>	<b>Rating (R)</b>	<b>Skor Total (BxR)</b>
<b>Peluang (Opportunity)</b>			
1. Harga bahan baku relatif murah	0,14	2	0,28
2. Memiliki Pelanggan Tetap	0,17	3	0,51
3. Menambah lapangan pekerjaan	0,16	2	0,32
<b>Sub Total</b>	<b>0,47</b>	<b>7</b>	<b>1,11</b>
<b>Ancaman (Threats)</b>			
1. Produk Pengganti Ada	0,27	3	0,81
2. Kendala alam/cuaca	0,26	3	0,78
<b>Sub Total</b>	<b>0,53</b>	<b>6</b>	<b>1,59</b>
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>13</b>	<b>2,70</b>

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 21. Dapat dilihat bahwa faktor eksternal peluang (*opportunity*) memiliki pelanggan tetap menjadi faktor yang sangat penting dalam pengembangan usaha sapa ijuk di Desa Medan Sinembah Kecamatan Tanjung Morawa dengan nilai skor 0,51. Pada kolom ancaman (*threats*) yang menjadi faktor utama adalah produk pengganti ada dengan nilai skor 0,81. Total nilai rata-rata skor 2,70 maka eksternal usaha sapa ijuk di Desa Medan Sinembah mengindikasikan posisi eksternal yang kuat.

### **Matriks SWOT**

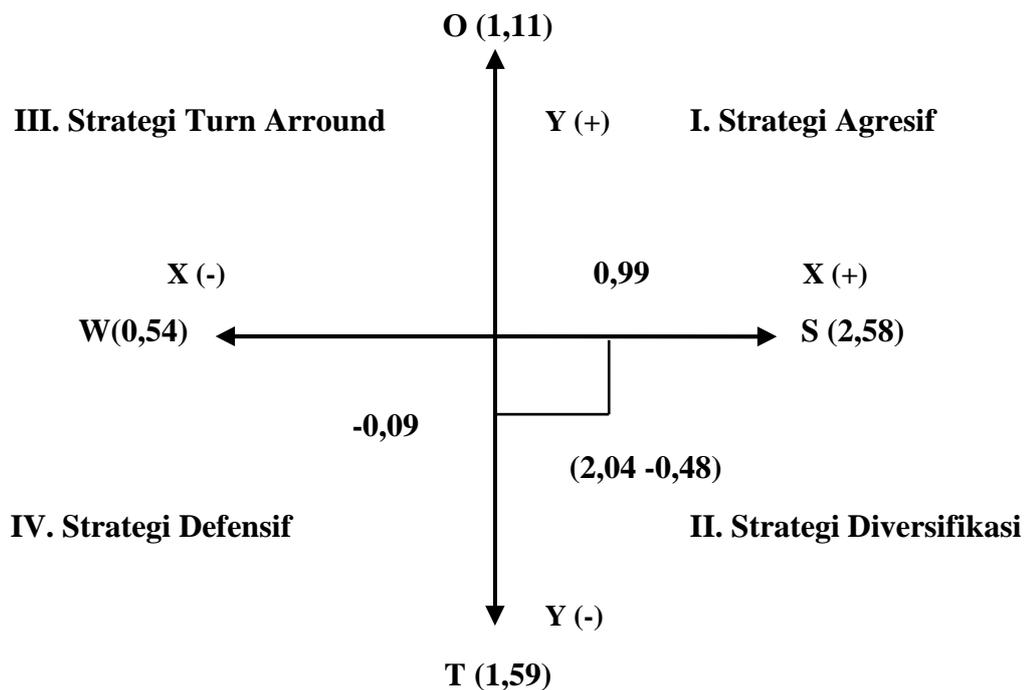
Tujuan dari tahap perbandingan, yang sering disebut matriks SWOT, adalah untuk memberikan alternatif strategis yang layak. Hanya sebagian dari kemungkinan strategi yang dihasilkan dalam matriks SWOT yang akan dipilih dan dilaksanakan. Analisis ini bertujuan agar petani dapat merumuskan strategi bersaing dengan mempertimbangkan faktor internal dan eksternal yang disajikan dalam matriks IFE dan EFE. Tujuannya untuk menyusun strategi yang tepat berdasarkan posisi dan kondisi pengusaha serat ijuk. Dengan memilih strategi yang

tepat, anda diharapkan dapat memanfaatkan kekuatan dan peluang Anda untuk mengurangi kelemahan dan menghadapi ancaman yang ada.

Setelah bobot masing-masing elemen internal dan eksternal dihitung, tugas selanjutnya adalah mengembangkan solusi alternatif dengan menetapkan penempatan spesifik pada kuadran diagram matriks. Matriks ini digunakan untuk menilai positioning strategi pengembangan usaha Sapu Ijuk di Desa Medan Sinembah Kecamatan Tanjung Morawa. Penghitungan koordinat tersebut penting untuk menentukan lokasi strategis perusahaan yang dapat diklasifikasikan ke dalam kuadran I, II, III, atau IV. Grafik dan tabel di bawah ini menampilkan hasilnya.

$$\text{Kekuatan} - \text{Kelemahan} = 2,58 - 0,54 = 2,04$$

$$\text{Peluang} - \text{Ancaman} = 1,11 - 1,59 = -0,48$$



Gambar 3. Diagram SWOT

Gambar diagram di atas menunjukkan bahwa usaha kerajinan sapu ijuk di Desa Medan Sinembah berada di titik (2,04 -0,48). Posisi strategi ini berada

diantara sumbu *Strength* dan *Threats* yaitu kuadran II, hasil sumbu x dan y (positif, negative), yaitu kuadran strategi diversifikasi dimana kuadran tersebut merupakan situasi dimana keadaan perusahaan kuat namun memiliki ancaman dalam menjalankan bisnisnya. Adanya ancaman dari eksternal tidak menguntungkan namun pengusaha sapu ijuk memiliki kekuatan dari segi internal, strategi yang harus diimplementasikan pada kuadran II ini yaitu dengan menggunakan kekuatan untuk menggunakan peluang jangka panjang dengan melakukan strategi variasi produk.

Strategi yang harus digunakan pengusaha sapu ijuk di Desa Medan Sinembah yaitu dengan memanfaatkan kekuatan sehingga terciptanya peluang yang menguntungkan dengan cara diversifikasi. Diversifikasi dapat dicapai melalui produksi beberapa produk yang memiliki karakteristik bawaan yang serupa namun berbeda dalam faktor lain seperti ukuran, harga, merek, dan sebagainya. Upaya ini untuk meningkatkan dominasi pasar, meningkatkan pendapatan, mengurangi kebencian masyarakat, dan yang terpenting, mengungguli pesaing. Strategi yang cocok diterapkan oleh pengusaha sapu ijuk di Desa Medan Sinembah yaitu membuat tampilan dan packing-an yang menarik dan membuat lebih banyak produk inovasi baru atau memperbaiki bentuk dengan harga yang terjangkau dan menyesuaikannya dengan target pasar. sehingga lebih menarik dan dapat membuat para konsumen puas dengan produk sapu ijuk yang telah di produksi.

### **Analisis Matriks SWOT**

Analisis matriks IFE dan EFE yang telah dikerjakan selanjutnya disusun menjadi matriks SWOT untuk menyusun strategi berdasarkan identifikasi aspek

internal dan eksternal industri serat sawit di Desa Medan Sinembah. Pengembangan strategi pada perusahaan sapu ijuk di Desa Medan Sinembah didokumentasikan pada Tabel 24. Proses perumusan strategi menggunakan matriks SWOT melibatkan 4 kombinasi faktor: strategi *Strength-Opportunity* (S - O), strategi *Strength-Threat* (S - T), Strategi *Weakness-Opportunity* (W - O), dan Strategi *Weakness-Threat* (W - T).

Tabel 22. Matriks SWOT

<p style="text-align: center;"><b>Faktor Internal (IFE)</b></p> <p style="text-align: center;"><b>Faktor Eksternal (EFE)</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>Kekuatan (<i>Strength - S</i>)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga produk yang terjangkau</li> <li>2. Proses produksi yang mudah</li> <li>3. Keterampilan tenaga kerja</li> <li>4. Keberlangsungan produksi usaha</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Kelemahan (<i>Weakness-W</i>)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kurangnya Manajemen Usaha Yang Baik</li> <li>2. Tampilan dan packing produk yang kurang menarik</li> <li>3. Keterbatasan Modal</li> </ol>
<p style="text-align: center;"><b>Peluang (<i>Opportunities-O</i>)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harga bahan baku relatif murah</li> <li>2. Memiliki pelanggan tetap</li> <li>3. Menambah lapangan pekerjaan</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Strategi S-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menambah lapangan pekerjaan sehingga mampu menyerap tenaga kerja.</li> <li>2. Diharapkan keterampilan tenaga kerja dapat membuat variasi produk yang lebih menarik dan bervariasi.</li> <li>3. Dengan adanya keberlangsungan suatu bisnis tentunya dapat menaikkan jumlah penerimaan dan pendapatan yang berdampak pada omset yang besar.</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><b>Strategi W-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Untuk mengatasi keterbatasan modal dapat dilakukan dengan meminjam modal kepada lembaga keuangan seperti koperasi dan bank, untuk dapat menstok persediaan bahan baku.</li> <li>2. Memperbaiki manajemen keuangan untuk mengetahui pengeluaran dan pendapatan dalam memproduksi sapu ijuk</li> <li>3. Memperbaiki Proses packing yang belum menarik sehingga dapat ekspansi pasar kontemporer.</li> </ol>

Ancaman ( <i>Threats-T</i> )	Strategi S-T	Strategi W-T
1. Produk pengganti ada 2. Kendala alam/cuaca	1. Meningkatkan keterampilan tenaga kerja guna untuk menjaga kualitas produk sehingga dapat menarik minat pelanggan. 2. Dengan proses produksi yang mudah nantinya akan meningkatkan kapasitas produksi untuk memenuhi permintaan pelanggan agar sapu ijuk tradisional juga masuk dalam pasar modern sehingga dapat bersaing dengan produk kompetitor.	1. Meningkatkan kualitas packing menjadi lebih menarik untuk membuat pelanggan lebih puas dengan produk yang dijual. 2. Pengetahuan SDM masih rendah mengakibatkan manajemen usaha tidak teratur sehingga inovasi produk sapu ijuknya tidak berkembang mengakibatkan datangnya produk kompetitor. 3. Menjaga stok bahan baku untuk mencegah perubahan iklim yang tidak menentu sehingga dapat menjaga stabilitas pasar.

Sumber : Data primer diolah, 2023

Berdasarkan Tabel 15, maka alternatif strategi yang di peroleh adalah:

### **Strategi S-O**

Strategi yang berguna untuk meningkatkan pengembangan usaha sapu ijuk dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang. Salah satu strategi yang mungkin dilakukan adalah meningkatkan kesempatan kerja untuk mengakomodasi angkatan kerja. Dengan meningkatkan keterampilan tenaga kerja dapat membuat variasi produk yang lebih menarik dan bervariasi inovatif yang lebih luas. Hal ini, pada gilirannya, dapat meningkatkan penerimaan pendapatan dan pada akhirnya berdampak positif terhadap omzet secara keseluruhan.

**Strategi W-O**

Strategi yang dapat dilakukan oleh pengrajin sapu ijuk dalam pengembangan usahanya dengan meminimalisir kelemahan dan memanfaatkan peluang eksternal guna memperoleh keuntungan bagi industri sapu ijuk, yaitu untuk mengatasi keterbatasan modal dapat dilakukan dengan meminjam modal kepada lembaga keuangan seperti koperasi dan bank, untuk dapat menyetok persediaan bahan baku, memperbaiki manajemen keuangan untuk mengetahui pengeluaran dan pendapatan dalam memproduksi sapu ijuk, memperbaiki Proses packing yang belum menarik sehingga dapat ekspansi pasar kontemporer.

**Strategi S-T**

Strategi ST adalah strategi defensif yang menggunakan kekuatan untuk memitigasi atau meminimalkan dampak ancaman eksternal. Alternative strategi S - T yang dihasilkan adalah meningkatkan keterampilan tenaga kerja guna untuk menjaga kualitas produk sehingga dapat menarik minat pelanggan, Dengan proses produksi yang mudah nantinya akan meningkatkan kapasitas produksi untuk memenuhi permintaan pelanggan agar sapu ijuk tradisional juga masuk dalam pasar modern sehingga dapat bersaing dengan produk kompetitor.

**Strategi W-T**

Strategi WT adalah pendekatan strategis yang bertujuan untuk memitigasi kerentanan internal dan menghindari bahaya eksternal. Beberapa alternatif strategi telah disusun, seperti meningkatkan kualitas kemasan untuk meningkatkan kepuasan dan daya tarik konsumen, mengatasi rendahnya pengetahuan sumber daya manusia yang menyebabkan manajemen bisnis tidak

terorganisir dan menghambat inovasi produk sapu ijuk, serta memastikan stok bahan baku yang cukup untuk memitigasi dampak buruk tersebut. dampak kondisi iklim yang tidak menentu dan menjaga stabilitas pasar.

### **Analisis Matriks QSPM**

Matriks Perencanaan Strategis Kuantitatif (QSPM) merupakan tahap penutup dari analisis perumusan strategi, dimana perusahaan memilih alternatif yang optimal dan mengambil keputusan untuk menentukan strategi yang paling cocok untuk diterapkan. Tujuan dari QSPM adalah untuk memberikan penilaian yang ringkas dan tidak memihak terhadap berbagai pilihan strategi dengan mempertimbangkan aspek internal dan eksternal yang telah diidentifikasi sebelumnya untuk perusahaan. Matriks QSPM diperoleh dengan mengalikan rata-rata tertimbang setiap penilaian lingkungan internal dan eksternal perusahaan dengan nilai daya tarik (AS) sehingga menghasilkan total nilai daya tarik (TAS). Matriks tersebut akan menghasilkan berbagai kegiatan strategis yang dapat dijalankan oleh usaha sapu ijuk di Desa Medan Sinembah.

Strategi optimalnya adalah menerapkan proses produksi yang disederhanakan yang akan meningkatkan kapasitas produksi, memungkinkan sapu ijuk tradisional memenuhi permintaan konsumen dan bersaing secara efektif dengan produk pesaing di pasar modern. Untuk mencari nilai total terbesar dapat dilihat dari Tabel 23.

Tabel 23. Perhitungan Matriks QSPM

Faktor - faktor	Bobot	Matriks <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM) Strategi Alternatif																					
		1		2		3		4		5		6		7		8		9		10		11	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
<b>Kekutan</b>																							
Harga produk yang terjangkau	0,22	3,40	0,75	3,27	0,72	3,13	0,69	3,07	0,67	3,37	0,74	3,40	0,75	3,07	0,68	3,35	0,74	3,33	0,73	3,27	0,72	3,33	0,73
Proses produksi yang mudah	0,17	3,20	0,54	3,27	0,56	3,20	0,54	3,20	0,54	3,20	0,54	3,33	0,57	3,00	0,51	3,27	0,56	3,20	0,54	2,93	0,50	3,27	0,56
Keterampilan tenaga kerja	0,17	3,20	0,54	3,13	0,53	3,27	0,56	3,07	0,52	3,20	0,54	3,33	0,57	3,20	0,54	3,27	0,56	3,20	0,54	3,13	0,53	3,27	0,56
Keberlangsungan produksi usaha	0,17	2,93	0,50	3,13	0,53	3,13	0,53	3,33	0,57	3,27	0,56	3,13	0,53	2,93	0,50	3,40	0,58	3,33	0,57	3,20	0,54	3,13	0,53
<b>Kelemahan</b>																							
Kurangnya manajemen usaha yang baik	0,09	3,00	0,27	3,07	0,28	3,00	0,27	3,00	0,27	3,00	0,27	3,07	0,28	3,00	0,27	3,40	0,31	3,33	0,30	2,93	0,26	3,00	0,27
Tampilan dan packing produk yang kurang menarik	0,09	3,07	0,28	3,13	0,28	3,27	0,29	3,27	0,29	3,07	0,28	3,13	0,28	2,93	0,26	3,07	0,28	3,00	0,27	3,13	0,28	3,13	0,28
Keterbatasan Modal	0,10	3,00	0,30	3,00	0,30	3,13	0,31	3,07	0,31	3,13	0,31	2,93	0,29	2,87	0,29	3,00	0,30	3,20	0,32	2,87	0,29	3,07	0,31
<b>Peluang</b>																							
Harga bahan baku relatif murah	0,28	3,27	0,91	3,20	0,90	3,27	0,92	3,20	0,90	3,20	0,90	3,40	0,95	3,13	0,88	3,40	0,95	3,33	0,93	3,07	0,86	3,27	0,92
Memiliki pelanggan tetap	0,28	2,80	0,78	2,73	0,76	3,13	0,88	3,07	0,86	3,27	0,92	3,00	0,84	2,80	0,78	3,40	0,95	3,00	0,84	2,80	0,78	2,87	0,80
Menambah lapangan pekerjaan	0,24	3,13	0,75	3,13	0,75	3,33	0,80	3,33	0,80	3,13	0,75	2,87	0,69	3,13	0,75	3,27	0,78	3,07	0,74	3,20	0,77	3,33	0,80
<b>Ancaman</b>																							
Produk pengganti ada	0,09	3,13	0,28	3,07	0,28	3,13	0,28	3,07	0,28	0,13	0,01	3,20	0,29	2,87	0,26	3,13	0,28	3,13	0,28	3,20	0,29	3,13	0,28
Kendala alam/cuaca	0,11	3,07	0,34	3,33	0,37	3,20	0,35	3,13	0,34	3,20	0,35	3,00	0,33	3,13	0,34	3,33	0,37	3,20	0,35	3,13	0,34	3,33	0,37
<b>Total</b>		6,25		6,25		6,42		6,35		6,17		6,35		6,06		<b>6,65</b>		6,42		6,17		6,40	

Sumber : Data primer diolah, 2023

Keterangan :

AS = *Attractive Score* (Nilai Daya Tarik)

TAS = *Total Attractiveness Scores* (Total Nilai Daya Tarik)

Urutan peringkat alternatif strategi pada matriks QSPM dapat dilihat pada tabel 24 dibawah ini.

Tabel 24. Peringkat Alternatif Strategi

No	Alternatif Strategi	Skor TAS	Peringkat
1	Strategi 1	6,25	7
2	Strategi 2	6,25	8
3	Strategi 3	6,42	3
4	Strategi 4	6,35	5
5	Strategi 5	6,17	10
6	Strategi 6	6,35	6
7	Strategi 7	6,06	11
<b>8</b>	<b>Strategi 8</b>	<b>6,65</b>	<b>1</b>
9	Strategi 9	6,42	2
10	Strategi 10	6,17	9
11	Strategi 11	6,40	4

Sumber: Data Primer Diolah, 2023

### Tahapan Pengambilan Keputusan

Menggunakan Matriks QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*).

Setelah berhasil membuat sejumlah alternatif strategi pilihan, perusahaan harus mampu mengevaluasi dan memilih strategi terbaik yang paling cocok dengan keadaan internal perusahaan serta situasi lingkungan eksternal.

### Prioritas Strategi

Berdasarkan berbagai alternatif strategi yang ada, analisis lingkungan internal dan eksternal yang dimilikinya adalah strategi S-T, strategi yang menjadi prioritas utama diantara strategi yang lain dalam Strategi Pengembangan Usaha Sapu Ijuk Di Desa Medan Sinembah Kecamatan Tanjung morawa. Berdasarkan analisis lingkungan internal dan eskternal strategi “Dengan proses produksi yang

mudah nantinya akan meningkatkan kapasitas produksi untuk memenuhi permintaan permintaan pelanggan agar sapu ijuk tradisional juga masuk dalam pasar modern sehingga dapat bersaing dengan produk kompotitor.” menjadi strategi prioritas dengan nilai TAS ( Total Attractive Score) sebesar 6,65.

Hal ini disebabkan oleh pengrajin sapu ijuk masih terlalu tradisional dalam melakukan proses produksinya, artinya perajin sapu ijuk hanya aktif dan berkonsentrasi dalam memproduksi sapu ijuk tidak memikirkan bagaimana tampilan sapu ijuk terlihat lebih menarik agar sapu ijuk terlihat beda tampilan dari yang sebelumnya sehingga dapat memperluas pasar hingga tembus kepasar modern.

Maka dari itu diperlukannya menjaga tampilan produk dan kualitas produk dapat mengatasi ancaman masuknya produk kompotitor lain, karena dengan menjaga kualitas produk dapat menarik minat pelanggan/konsumen sehingga produktifitas pengembangan usaha sapu ijuk lebih konsisten, menambah alternatif alternatif baru sehingga konsumen tidak merasa bosan dengan kualitas yang dimiliki dan lebih mendengarkan keluhan dari para konsumen dapat menjadi acuan untuk lebih baik nya produktivitas sapu ijuk di medan senembah. Dengan adanya bantuan dari lembaga pemerintah perajin sapu ijuk akan lebih sederhana dalam memproduksi, mengetahui, dan memiliki kemampuan dalam menerapkan inovasi.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian maka ada beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor internal dan eksternal strategi pengembangan usaha sapu ijuk Di Desa Medan Sinembah Kecamatan Tanjung Morawa yaitu kekuatan (*strengths*) harga produk yang terjangkau, proses produksi yang mudah, keterampilan tenaga kerja, dan keberlangsungan produksi usaha. kelemahan (*weakness*) kurangnya manajemen usaha yang baik, tampilan dan packaging produk yang kurang menarik dan keterbatasan modal. peluang (*opportunities*) harga bahan baku relatif murah, memiliki pelanggan tetap, menambah lapangan pekerjaan. ancaman (*threats*) produk pengganti ada dan kendala alam/cuaca.
2. Berdasarkan analisis SWOT strategi yang dilakukan menggunakan strategi S-T (*Strength-Threats*) yaitu meningkatkan keterampilan tenaga kerja guna untuk menjaga kualitas produk sehingga dapat menarik minat pelanggan, dan Dengan proses produksi yang mudah nantinya akan meningkatkan kapasitas produksi untuk memenuhi permintaan pelanggan agar sapu ijuk tradisional juga masuk dalam pasar modern sehingga dapat bersaing dengan produk kompetitor.
3. Alternatif strategi terbaik yang dapat diterapkan dalam Pengembangan Usaha Sapu Ijuk di Desa Medan Sinembah Kecamatan Tanjung Morawa, yang berdasarkan pada matriks QSPM strategi dengan nilai TAS tertinggi yaitu Dengan proses produksi yang mudah nantinya akan meningkatkan kapasitas

produksi untuk memenuhi permintaan pelanggan agar sapu ijuk tradisional juga masuk dalam pasar modern sehingga dapat bersaing dengan produk kompetitor. Kapasitas hasil produksi dalam sehari sebanyak 141 pcs dan kapasitas produksi dalam sebulan sebanyak 4.228 pcs dengan nilai TAS (*Total Attractive Score*) sebesar 6,65.

### **Saran**

Dari hasil penelitian yang dilakukan ada beberapa saran yang dapat diberikan yaitu sebagai berikut :

1. Kepada pengambil keputusan dapat menerapkan hasil dari alternatif strategi prioritas yang telah diperoleh melalui matriks SWOT dan matriks QSPM melalui pengerjaan program kerja ke depan yang sesuai strategi prioritas yang telah ditentukan.
2. Sebaiknya pengusaha sapu harus lebih memperhatikan semua elemen yang mendukung keberlangsungan bisnis sehingga bisnis sapu ijuk tersebut dapat berjalan dengan baik dan lebih memperbaiki sistem manajemen usaha agar lebih baik sehingga cacatan struktur biaya produksi maupun laporan keuangan sederhana agar lebih di tingkatkan kembali.
3. Sebaiknya sebagai upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Medan Sinembah Kecamatan Tanjung Morawa, pemerintah harus memberikan perhatian kepada pengusaha sapu ijuk dalam hal proses produksi dan fasilitas pendukung lainnya..

## DAFTAR PUSTAKA

- Amelinda Sugianto, C., & Charly Hongdiyanto, D. (2017). Perumusan Strategi Pemasaran Menggunakan Metode QSPM Pada Bisnis Sambal Noesantara. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(1), 106–115.
- Anggraeni, C. D. (2019). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Melalui Inovasi Produk. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Arda, M., Andriany, D., & Manurung, Y. H. (2020). Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pengelolaan Sampah Rumah Tangga Kota Medan. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (KNEMA) Journal Homepage*, 1177, 1–12.
- Ary Eko Prastya Putra, W. Y. A. (2023). *Issn 2776-0022. vol 9(1)*, 27–32.
- Defi, S. K., Harahap, N., Rahmat, M., & Tumanggor, M. B. (2022). Pengaruh Lokasi, Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Umkm Sapu Lidi Dan Sapu Ijuk Di Kecamatan Tanjung Morawa. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 195–207. <https://doi.org/10.36490/jmdb.v1i1.354>
- Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 157–172. <https://stiemmamuju.e-journal.id/GJIEP/article/view/39>
- Kantikowati, E., Haris, R., Karya, & Anwar, S. (2018). Strategi Pengembangan Usaha Industri Sapu Ijuk Berdasarkan Kondisi Sosial Ekonomi Pemilik Usaha Sapu Ijuk. *Paspalum : Jurnal Ilmiah Pertanian*, 6(2), 134–141.
- Lubis, M. M., & Saleh, K. (2018). *Strategi Pengembangan Usaha Berdasarkan Desa Medan Sinembah Kecamatan Tanjung Morawa*. 22(4).
- Lumempow, K. M., & Sambiran, S. (2021). 33996-71551-1-Sm. *Jurnal Governance*, 1(1), 1–8. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/governance/article/view/33996/32118>
- Nurranto, H., Kurniadi, F., & Gayatri, A. M. (2019). TINGKAT INOVASI SEBAGAI STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK Program Studi Pendidikan Ekonomi , Fakultas Ilmu Pendidikan dan Pengetahuan Sosial , Universitas Indraprasta PGRI. *Sosio E-Kons*, 11(1), 1–15.

- Oktafia, R. (2018). Percepatan Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Ukm) Melalui Perkuatan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (Lkms) Di Jawa Timur. *Badan Pusat Statistik Indonesia*, 3(1), h. 85-92. <https://www.bps.go.id>
- Permana, Sony Hendra. (2017). STRATEGI PENINGKATAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) DI INDONESIA Strategy of Enhancement on the Small and Medium-Sized Enterprises (SMES) in Indonesia Sony Hendra Permana. *Aspirasi*, 8(1), 93–103.
- Putri Yuniarwati Samudra. (2020). *KERJA DAN PEMBIAYAAN TERHADAP PERKEMBANGAN ( Studi Pada Debitur PT . Bank BRI Syariah Kantor Cabang Malang*. file:///C:/Users/User/AppData/Local/Temp/7033-13576-1-SM.pdf
- Qanita, A. (2020). Analisis Strategi Dengan Metode Swot Dan Qspm (Quantitative Strategic Planning Matrix): Studi Kasus Pada D'Gruz Caffe Di Kecamatan Bluto Sumenep. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 1(2), 11–24. <https://doi.org/10.15575/jim.v1i2.10309>
- Rayo, E. F., & Rantung, R. (2020). Analisis Faktor Pemasaran Kewirausahaan Pada Ukm Di Indonesia. *Klabat Journal of Management*, 1(2), 8.
- Rinandiyana, R. L., & Kurniawan, D. (2021). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Profitabilitas. *Journal of Management Review*, 5(3), 681–688.
- Samlawi, A. K., Arifin, Y. F., & Permana, P. Y. (2018). Pembuatan dan Karakterisasi Material Komposit Serat Ijuk (Arenga Pinata) sebagai bahan Baku Cover Body Sepeda Motor. *Info Teknik*, 3(April), 289–300.
- Sibuea, F. A., & Sibuea, M. B. (2022). Analisis Rantai Pasok Ukm Sapu Lidi di Kabupaten Deli Serdang. *JASc (Journal of Agribusiness Sciences)*, 6(1), 7–13. <https://doi.org/10.30596/jasc.v6i1.11574>
- Subaktilah, Y., Kuswardani, N., & Yuwanti, S. (2018). ANALISIS SWOT: FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL PADA PENGEMBANGAN USAHA GULA MERAH TEBU (Studi Kasus di UKM Bumi Asih, Kabupaten Bondowoso). *Jurnal Agroteknologi*, 12(02), 107.
- Sulistiyawati, A. I., Indarto, & Saifudi. (2018). Beberapa Faktor yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing pada UMKM Handycraft di Semarang. *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 1, 307–315.
- Yuli Rahmini Suci. (2017). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *UU No. 20 Tahun 2008*, 1(1), 1–31.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Kuisisioner penelitian Usaha sapu Ijuk

#### STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA SAPU IJUK DI DESA MEDAN SINEMBAH KECAMATAN TANJUNG MORAWA

Bapak/Ibu yang terhormat,

Saya Suci Permata sari/1904300099, adalah mahasiswa Agribisnis di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Pada saat ini saya sedang melakukan penelitian yang berjudul Strategi Pengembangan Usaha Sapu Ijuk Di Desa Medan Sinembah Kecamatan Tanjung Morawa dengan menggunakan metode analisis SWOT dan QSPM. Penelitian ini dilakukan dalam rangka penyelesaian tugas akhir di Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Saya mohon kerja sama dari Bapak/Ibu untuk mengisi kuisisioner ini agar bisa membantu proses pengambilan data penelitian yang sedang dilakukan. Kuisisioner ini adalah kuisisioner tahap pertama yang disusun untuk mengidentifikasi strategi pengembangan usaha sapu ijuk di Desa Medan Sinembah.

Saya mengharapkan Bapak/Ibu dapat memberikan informasi yang akurat dan jujur sehingga informasi yang disajikan dapat dipertanggung jawabkan. Atas perhatian dan kerjasama yang baik dari Bapak/Ibu, saya ucapkan terima kasih.

#### Identitas Responden

Nama : .....

Jenis Kelamin ; .....

Usia : .....

Pendidikan Terakhir : .....

### Indikator Analisis SWOT

Berikan tanda silang (X) pada jawaban yang paling sesuai menurut Bpk/Ibu saat ini, dimana (1): Sangat Tidak Setuju, (2): Tidak Setuju; (3): Setuju; (4): Sangat Setuju.

### Analisis Matriks IFE (Internal Factor Evalotion)

#### 1. Faktor Internal

No	Pernyataan	Jawaban			
		4	3	2	1
<b>Kekuatan</b>					
1	Harga produk yang terjangkau				
2	Proses produksi yang mudah				
3	Keterampilan tenaga kerja				
4	Keberlangsungan produksi usaha				
<b>Kelemahan</b>					
1	Kurangnya manajemen usaha yang baik				
2	Tampilan dan packaging produk yang kurang menarik				
3	Keterbatasan Modal				

### Analisis Matriks EFE (Eksternal Factor Evaluation)

#### 2. Faktor Eksternal

No	Pernyataan	Jawaban			
		4	3	2	1
<b>Peluang</b>					
1	Harga bahan baku relatif murah				
2	Memiliki Pelanggan Tetap				
3	Menambah lapangan pekerjaan				
<b>Ancaman</b>					
1	Produk Pengganti Ada				
2	Kendala alam/cuaca				

## Lampiran 2. Kuesioner QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*)

Di bawah ini terdapat alternatif strategi hasil dari matriks SWOT berdasarkan faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang telah dirumuskan.

Berikanlah penilaian saudara/saudari pada kolom dengan cara menulis angka skor dengan ketentuan keterangan pilihan sebagai berikut :

1. Sangat Tidak Tertarik
2. Tidak Tertarik
3. Tertarik
4. Sangat Tertarik

No	Alternatif Strategi	1	2	3	4
1	Menambah lapangan pekerjaan sehingga mampu menyerap tenaga kerja.				
2	Ketrampilan tenaga kerja diharapkan mampu menghasilkan variasi produk yang lebih menarik dan bervariasi.				
3	Dengan adanya keberlangsungan usaha tentunya dapat meningkatkan penerimaan pendapatan yang berpengaruh terhadap omset yang besar.				
4	Untuk mengatasi keterbatasan modal dapat dilakukan dengan meminjam modal kepada lembaga keuangan seperti koperasi dan bank, untuk dapat mensetok persediaan bahan baku.				
5	Memperbaiki manajemen keuangan untuk mengetahui pengeluaran dan pendapatan dalam memproduksi sapu ijuk				
6	Memperbaiki Proses packaging yang belum menarik sehingga dapat bermanfaat dalam perluasan pasar modern				
7	Meningkatkan keterampilan tenaga kerja guna untuk menjaga kualitas produk sehingga dapat menarik minat pelanggan.				
8	Dengan proses produksi yang mudah nantinya akan menambah kapasitas produksi sehingga mampu mengatasi permintaan konsumen agar sapu ijuk tradisional juga masuk dalam pasar modern sehingga dapat bersaing dengan produk kompetitor				
9	Meningkatkan kualitas packaging menjadi lebih menarik untuk menambah kepuasan konsumen terhadap produk yang kita jual.				
10	Pengetahuan SDM masih rendah mengakibatkan manajemen usaha tidak teratur sehingga inovasi produk sapu ijuknya tidak berkembang mengakibatkan datangnya produk kompetitor.				
11	Menjaga stok bahan baku untuk menghindari keadaan iklim yang tidak menentu sehingga kestabilan pasar tetap terjaga.				

### Lampiran 3. Karakteristik Responden Pengusaha Sapu Ijuk

No	Nama	Usia (Tahun)	Pendidikan	Jenis Kelamin	Jumlah Tanggung
1	Surtinem	47	SMP	Perempuan	3
2	Tukiran	54	SMP	Laki-laki	4
3	Nuzzulul	39	SMA	Laki-laki	2
4	Kumala	48	SMP	Perempuan	4
5	Rum	59	SD	Perempuan	6
6	waris	49	SMP	Laki-laki	4
7	Sri	48	SMA	Perempuan	4
8	Mala	52	SD	Perempuan	3
9	Parni	42	SMA	Perempuan	4
10	Ainun	44	SMP	Perempuan	3
11	Roni	45	SMA	Laki-laki	5
12	Lilis	46	SMP	Perempuan	5
13	Neni	35	SMP	Perempuan	2
14	Gusti	48	SMA	Laki-laki	4
15	Anita	44	SMP	Perempuan	3

Sumber : Data primer diolah, 2023

### Lampiran 4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pengusaha Sapu Ijuk

No	Nama	Jumlah Pekerja (Orang)	Produksi/ Minggu (Pcs)	Harga Jual (Rp)	Penerimaan/ Minggu	Biaya Produksi/ Minggu	Pendapatan/ Minggu
1	Surtinem	3	500	12.000	1.125.000	4.875.000	6.000.000
2	Tukiran	5	1500	5.000	900.000	6.600.000	7.500.000
3	Nuzzulul	4	350	18.000	1.063.000	5.237.000	6.300.000
4	Kumala	4	1700	5.000	975.000	7.525.000	8.500.000
5	Rum	4	1200	10.000	1.500.000	10.500.000	12.000.000
6	waris	5	1600	6.000	970.000	8.630.000	9.600.000
7	Sri	6	2000	5.500	950.000	10.050.000	11.000.000
8	Mala	8	2000	9000	1.000.000	17.000.000	18.000.000
9	Parni	4	350	18.000	1.063.000	5.237.000	6.300.000
10	Ainun	3	450	15.000	1.013.000	5.737.000	6.750.000
11	Roni	3	500	12.500	1.075.000	5.175.000	6.250.000
12	Lilis	4	1200	10.000	1.500.000	10.500.000	12.000.000
13	Neni	3	500	12.000	1.125.000	4.875.000	6.000.000
14	Gusti	8	1400	11.000	1.150.000	14.250.000	15.400.000
15	Anita	6	600	16.000	1.150.000	8.450.000	9.600.000
<b>Total rata-rata</b>			<b>1057</b>	-	<b>16.559.000</b>	<b>124.641.000</b>	<b>9.413.333</b>

Sumber : Data primer diolah, 2023

### Lampiran 5. Hasil Perhitungan Bobot

Strategi Internal dan Eksternal	Faktor-Faktor		Responden															Bobot		
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Jumlah	Rata-Rata	Nilai
<b>Kekuatan/ Strength</b>	<b>S1</b>	Harga produk yang terjangkau	3	3	3	1	3	3	2	2	2	2	4	2	3	3	3	39	2,60	0,22
	<b>S2</b>	Proses produksi yang mudah	3	1	3	1	3	3	3	2	1	2	2	1	2	1	3	31	2,07	0,17
	<b>S3</b>	Keterampilan tenaga kerja	3	2	2	1	1	2	2	2	2	1	3	1	2	3	3	30	2,00	0,17
	<b>S4</b>	Keberlangsungan produksi usaha	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	3	2	1	2	2	30	2,00	0,17
<b>Kelemahan/ Weakness</b>	<b>W1</b>	Kurangnya manajemen usaha yang baik	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	16	1,07	0,09
	<b>W2</b>	Tampilan dan packaging produk yang kurang menarik	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	1,00	0,08
	<b>W3</b>	Keterbatasan Modal	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	18	1,20	0,10
<b>Peluang/ Opportunity</b>	<b>O1</b>	Harga bahan baku relatif murah	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	51	3,40	0,28
	<b>O2</b>	Memiliki Pelanggan Tetap	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	51	3,40	0,28
	<b>O3</b>	Menambah lapangan pekerjaan	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	4	2	3	2	3	42	2,80	0,23
<b>Ancaman/ Threath</b>	<b>T1</b>	Produk Pengganti Ada	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	17	1,13	0,09
	<b>T2</b>	Kendala alam/cuaca	2	2	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	19	1,27	0,11

### Lampiran 6. Hasil Perhitungan Rating

Strategi Internal dan Eksternal	Faktor-Faktor		Responden														Jumlah	Rata-Rata	
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14			15
<b>Kekuatan/ Strength</b>	<b>S1</b>	Harga produk yang terjangkau	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	53	4
	<b>S2</b>	Proses produksi yang mudah	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	54	4
	<b>S3</b>	Keterampilan tenaga kerja	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	51	3
	<b>S4</b>	Keberlangsungan produksi usaha	3	3	2	3	4	4	2	4	2	3	4	2	2	4	4	46	3
<b>Kelemahan/ Weakness</b>	<b>W1</b>	Kurangnya manajemen usaha yang baik	3	2	3	1	3	2	2	3	3	2	4	3	3	2	4	40	3
	<b>W2</b>	Tampilan dan packaging produk yang kurang menarik	2	1	2	4	2	1	3	2	1	2	2	1	4	1	3	31	2
	<b>W3</b>	Keterbatasan Modal	2	4	2	3	2	4	3	3	2	3	2	1	2	2	2	37	2
<b>Peluang/ Opportunity</b>	<b>O1</b>	Harga bahan baku relatif murah	3	2	3	2	1	3	3	2	3	4	2	3	4	1	1	37	2
	<b>O2</b>	Memiliki Pelanggan Tetap	3	4	3	3	3	3	3	2	4	2	3	4	2	3	3	45	3
	<b>O3</b>	Menambah lapangan pekerjaan	3	1	1	2	2	2	1	2	3	2	4	1	2	1	2	29	2
<b>Ancaman/ Threath</b>	<b>T1</b>	Produk Pengganti Ada	4	2	4	2	3	4	3	4	2	4	4	2	3	3	4	48	3
	<b>T2</b>	Kendala alam/cuaca	3	2	4	3	2	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	47	3

## Lampiran 7. Perhitungan Faktor Internal dan Eksternal

### Perhitungan faktor internal

<b>Faktor Strategis Internal</b>	<b>Bobot (B)</b>	<b>Rating (R)</b>	<b>Skor Total (BxR)</b>
<b>Kekuatan (Strength)</b>			
1. Harga produk yang terjangkau	0,21	4	0,88
2. Proses produksi yang mudah	0,17	4	0,68
3. Keterampilan tenaga kerja	0,16	3	0,51
4. Keberlangsungan produksi usaha	0,15	3	0,51
<b>Sub Total</b>	<b>0,68</b>	<b>14</b>	<b>2,58</b>
<b>Kelemahan (Weakness)</b>			
1. Kurangnya manajemen usaha yang baik	0,09	2	0,18
2. Tampilan dan packing produk yang kurang menarik	0,11	2	0,16
3. Keterbatasan Modal	0,12	2	0,20
<b>Sub Total</b>	<b>0,32</b>	<b>6</b>	<b>0,54</b>
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>20</b>	<b>3,12</b>

### Perhitungan Faktor Eksternal

<b>Faktor Strategis Eksternal</b>	<b>Bobot (B)</b>	<b>Rating (R)</b>	<b>Skor Total (BxR)</b>
<b>Peluang (Opportunity)</b>			
1. Harga bahan baku relatif murah	0,14	2	0,28
2. Memiliki Pelanggan Tetap	0,17	3	0,51
3. Menambah lapangan pekerjaan	0,16	2	0,32
<b>Sub Total</b>	<b>0,47</b>	<b>7</b>	<b>1,11</b>
<b>Ancaman (Threats)</b>			
1. Produk Pengganti Ada	0,27	3	0,81
2. Kendala alam/cuaca	0,26	3	0,78
<b>Sub Total</b>	<b>0,53</b>	<b>6</b>	<b>1,59</b>
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>13</b>	<b>2,70</b>

Sumber : Data primer diolah, 2023

**Lampiran 8. Nilai Attractive Score Untuk Masing-masing Alternatif Strategi**

faktor kunci	strategi 1															rata-rata	faktor kunci	strategi 2															rata-rata	faktor kunci	strategi 3															rata-rata
	responden																	responden																	responden															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
kekuatan 1	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	2	3	3,40	kekuatan 1	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	2	3	3,27	kekuatan 1	4	3	3	4	3	3	3	3	2	4	4	3	3	2	3	3,13
kekuatan 2	3	4	2	4	3	3	3	3	2	4	2	4	3	4	4	3,20	kekuatan 2	3	3	2	4	3	3	4	3	3	4	2	4	3	4	4	3,27	kekuatan 2	3	4	2	4	3	3	3	3	2	4	2	4	3	4	4	3,20
kekuatan 3	4	3	4	3	3	4	2	2	3	4	4	4	3	2	3	3,20	kekuatan 3	4	3	3	3	3	4	2	2	3	4	4	4	3	2	3	3,13	kekuatan 3	4	3	4	3	3	4	3	2	3	4	4	4	3	2	3	3,27
kekuatan 4	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	2	3	2,93	kekuatan 4	2	4	4	2	3	3	3	3	3	4	4	4	3	2	3	3,13	kekuatan 4	3	2	3	3	4	3	4	3	2	4	4	4	3	2	3	3,13
kelemahan 1	2	3	4	2	3	4	3	2	3	4	3	2	4	3	3	3,00	kelemahan 1	4	3	4	2	3	3	3	2	4	4	3	2	4	3	2	3,07	kelemahan 1	2	3	4	2	3	4	3	2	3	4	3	2	4	3	2	3,00
kelemahan 2	4	2	3	3	4	3	2	3	3	4	2	4	2	3	4	3,07	kelemahan 2	3	2	4	3	4	3	2	3	3	4	2	4	3	3	4	3,13	kelemahan 2	4	2	3	3	4	3	2	4	3	4	4	4	2	3	4	3,27
kelemahan 3	3	3	4	2	3	2	2	3	4	2	4	3	3	3	4	3,00	kelemahan 3	3	3	4	2	3	2	2	3	4	2	4	3	3	4	3	3,00	kelemahan 3	3	4	4	2	4	2	2	3	4	2	4	3	3	3	4	3,13
peluang 1	3	3	3	3	3	4	3	4	2	3	4	4	3	4	3	3,27	peluang 1	3	3	3	3	3	4	3	4	2	3	3	4	3	4	3	3,20	peluang 1	3	3	3	3	3	3	4	2	3	4	4	3	4	3	4	3,27
peluang 2	4	2	2	2	3	2	3	2	3	4	4	3	4	2	2	2,80	peluang 2	4	2	2	2	3	2	4	2	3	4	2	3	4	2	2	2,73	peluang 2	4	2	3	2	3	2	3	4	3	4	4	3	4	2	4	3,13
peluang 3	2	3	3	4	3	3	3	4	4	2	3	4	3	3	3	3,13	peluang 3	2	3	3	4	3	3	3	4	4	2	3	4	3	3	3	3,13	peluang 3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	2	3	4	2	3	4	3,33
ancaman 1	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3,13	ancaman 1	4	2	4	3	3	4	3	2	2	3	2	3	4	3	4	3,07	ancaman 1	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3,13
ancaman 2	2	4	3	4	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3,07	ancaman 2	2	4	3	4	4	3	3	4	2	4	3	4	3	4	3	3,33	ancaman 2	2	4	3	4	3	4	3	3	2	4	3	4	3	3	3	3,20

faktor kunci	strategi 4															rata-rata	faktor kunci	strategi 5															rata-rata	faktor kunci	strategi 6															rata-rata	
	responden																	responden																	responden																
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15		
kekuatan 1	2	3	4	3	3	4	3	3	3	2	4	4	3	2	3	3,07	kekuatan 1	4	3	4	4	3	4	2	3	3	3	4	4	2	3	3	3,27	kekuatan 1	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	2	3	3,40	
kekuatan 2	3	4	2	4	3	3	3	3	2	4	2	4	3	4	4	3,20	kekuatan 2	3	4	2	4	3	3	4	3	2	4	2	4	3	4	3	3,20	kekuatan 2	4	4	2	4	3	4	3	3	2	4	3	4	3	4	3	3,33	
kekuatan 3	3	3	4	3	3	4	2	2	3	4	3	4	3	2	3	3,07	kekuatan 3	4	3	4	3	3	4	2	2	3	4	4	4	3	2	3	3,20	kekuatan 3	4	3	4	3	3	4	2	3	3	4	4	4	4	4	2	4	3,33
kekuatan 4	4	4	2	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	2	3	3,33	kekuatan 4	4	2	3	4	3	2	3	3	3	4	4	4	4	2	4	3,27	kekuatan 4	4	2	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	2	4	3,13
kelemahan 1	2	3	4	2	3	4	3	2	3	4	3	2	4	3	3	3,00	kelemahan 1	2	3	4	2	3	4	3	2	3	4	3	2	4	3	3	3,00	kelemahan 1	3	3	4	2	3	4	3	2	3	4	3	2	4	3	2	4	3,07
kelemahan 2	4	2	3	3	4	3	4	3	3	4	2	3	4	3	4	3,27	kelemahan 2	4	2	3	3	4	3	2	3	3	4	2	4	2	3	4	3,07	kelemahan 2	4	2	3	3	4	4	2	3	3	4	2	4	2	3	4	3,13	
kelemahan 3	4	3	4	2	3	2	2	3	4	2	4	3	3	3	4	3,07	kelemahan 3	3	3	4	2	3	2	2	3	4	2	4	4	3	4	4	3,13	kelemahan 3	3	3	4	2	3	2	2	3	4	2	3	3	3	3	3	4	2,93
peluang 1	3	3	3	3	3	4	3	4	2	3	4	4	3	3	3	3,20	peluang 1	3	3	3	3	3	4	3	4	2	3	3	4	3	4	3	3,20	peluang 1	3	3	4	3	4	4	3	4	2	3	4	4	3	4	3	4	3,40
peluang 2	3	2	2	4	4	3	3	2	4	4	4	3	3	3	2	3,07	peluang 2	4	3	2	4	3	4	3	4	3	4	2	3	4	2	4	3,27	peluang 2	4	2	4	3	3	2	3	2	3	4	4	3	4	2	2	3,00	
peluang 3	2	4	4	4	3	3	3	4	4	2	3	4	3	3	4	3,33	peluang 3	4	3	3	4	3	3	3	2	4	2	3	4	3	3	3	3,13	peluang 3	2	3	3	2	3	3	2	3	4	2	3	4	3	3	3	3	2,87
ancaman 1	3	4	4	3	2	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3,07	ancaman 1	4	4	4	3	3	4	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3,13	ancaman 1	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3,20
ancaman 2	3	4	3	4	3	4	3	3	2	4	3	3	3	3	2	3,13	ancaman 2	3	4	3	2	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3,20	ancaman 2	2	4	3	4	3	2	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3,00

faktor kunci	strategi 7															rata-rata	faktor kunci	strategi 8															rata-rata	faktor kunci	strategi 9															rata-rata
	responden																	responden																	responden															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
kekuatan 1	2	3	4	3	3	4	3	3	2	4	4	4	2	2	3	3,07	kekuatan 1	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3,53	kekuatan 1	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	2	2	3,33
kekuatan 2	3	4	2	4	3	3	2	3	2	4	2	4	2	3	4	3,00	kekuatan 2	3	4	2	4	3	3	4	3	4	3	2	3	3	4	4	3,27	kekuatan 2	3	4	2	4	4	2	3	3	3	4	2	4	3	3	4	3,20
kekuatan 3	4	3	4	3	3	4	2	2	3	4	4	4	3	2	3	3,20	kekuatan 3	4	3	4	3	3	4	2	3	3	4	3	4	3	3	3	3,27	kekuatan 3	4	3	4	3	3	4	2	2	3	4	4	4	3	2	3	3,20
kekuatan 4	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	2	3	2,93	kekuatan 4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3,40	kekuatan 4	4	2	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3,33
kelemahan 1	2	3	4	2	3	4	3	2	3	4	3	2	4	3	3	3,00	kelemahan 1	3	3	4	2	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3,40	kelemahan 1	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	2	3	3,33
kelemahan 2	4	2	3	3	2	3	2	3	3	4	2	4	2	3	4	2,93	kelemahan 2	4	2	3	3	4	3	2	3	3	4	2	4	2	3	4	3,07	kelemahan 2	4	2	3	4	4	3	2	3	3	4	2	4	2	3	2	3,00
kelemahan 3	3	3	4	2	3	2	2	3	4	2	4	3	3	3	2	2,87	kelemahan 3	3	3	4	2	3	2	2	3	4	2	4	3	3	3	4	3,00	kelemahan 3	3	4	4	2	4	2	2	4	4	2	4	3	3	3	4	3,20
peluang 1	2	3	3	2	3	4	4	4	2	3	4	3	3	4	3	3,13	peluang 1	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3,40	peluang 1	3	3	3	4	3	4	3	4	2	3	4	4	3	4	3	3,33
peluang 2	4	2	2	2	3	2	3	2	3	4	4	3	4	2	2	2,80	peluang 2	4	4	3	4	3	2	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3,40	peluang 2	4	2	4	2	3	3	3	2	3	4	4	3	4	2	2	3,00
peluang 3	2	3	3	4	3	3	3	4	4	2	3	4	3	3	3	3,13	peluang 3	2	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3,27	peluang 3	2	3	3	4	3	3	3	4	4	2	3	4	3	3	2	3,07
ancaman 1	3	4	3	3	3	4	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2,87	ancaman 1	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3,13	ancaman 1	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3,13
ancaman 2	2	4	3	4	3	3	3	4	2	4	3	3	3	3	3	3,13	ancaman 2	4	4	3	4	4	3	4	3	2	4	3	2	3	3	4	3,33	ancaman 2	3	4	3	4	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	4	3,20

faktor kunci	strategi 10															rata-rata	faktor kunci	strategi 11															rata-rata
	responden																	responden															
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15				
kekuatan 1	2	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	2	3	3,27	kekuatan 1	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	2	2	3,33
kekuatan 2	3	4	2	3	3	2	3	2	3	4	3	4	2	2	4	2,93	kekuatan 2	4	4	2	4	3	3	3	2	4	2	4	3	4	4	4	3,27
kekuatan 3	4	3	4	3	3	4	2	2	3	3	4	4	3	2	3	3,13	kekuatan 3	4	3	4	3	3	4	2	3	3	4	4	4	3	2	3	3,27
kekuatan 4	3	2	2	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	2	3	3,20	kekuatan 4	3	2	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	2	3	3,13
kelemahan 1	2	3	4	2	3	4	3	2	3	3	3	2	4	3	3	2,93	kelemahan 1	2	3	4	2	3	4	3	2	3	4	3	2	4	3	3	3,00
kelemahan 2	4	2	3	3	4	3	2	3	3	4	2	4	3	3	4	3,13	kelemahan 2	3	2	3	3	4	3	2	3	3	4	3	4	2	4	4	3,13
kelemahan 3	3	3	4	2	3	2	2	3	4	2	2	3	3	3	4	2,87	kelemahan 3	3	3	4	2	3	3	2	3	4	2	4	3	3	3	4	3,07
peluang 1	2	2	3	3	3	2	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3,07	peluang 1	3	3	2	3	3	4	3	4	2	4	4	4	3	4	3	3,27
peluang 2	4	2	2	2	3	2	3	2	3	4	4	3	4	2	2	2,80	peluang 2	4	2	2	2	3	4	3	2	3	2	4	3	4	2	3	2,87
peluang 3	2	3	3	4	3	3	3	4	4	2	4	4	3	3	3	3,20	peluang 3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	2	3	4	3	3	4	3,33
ancaman 1	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3,20	ancaman 1	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3,13
ancaman 2	3	4	3	4	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3,13	ancaman 2	4	4	3	4	4	3	3	3	2	4	3	3	3	3	4	3,33

## Lampiran 9. Hasil Analisis Matriks QSPM

Faktor - faktor	Bobot	Matriks <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM) Strategi Alternatif																					
		1		2		3		4		5		6		7		8		9		10		11	
		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
<b>Kekutan</b>																							
Harga produk yang terjangkau	0,22	3,40	0,75	3,27	0,72	3,13	0,69	3,07	0,67	3,37	0,74	3,40	0,75	3,07	0,68	3,35	0,74	3,33	0,73	3,27	0,72	3,33	0,73
Proses produksi yang mudah	0,17	3,20	0,54	3,27	0,56	3,20	0,54	3,20	0,54	3,20	0,54	3,33	0,57	3,00	0,51	3,27	0,56	3,20	0,54	2,93	0,50	3,27	0,56
Keterampilan tenaga kerja	0,17	3,20	0,54	3,13	0,53	3,27	0,56	3,07	0,52	3,20	0,54	3,33	0,57	3,20	0,54	3,27	0,56	3,20	0,54	3,13	0,53	3,27	0,56
Keberlangsungan produksi usaha	0,17	2,93	0,50	3,13	0,53	3,13	0,53	3,33	0,57	3,27	0,56	3,13	0,53	2,93	0,50	3,40	0,58	3,33	0,57	3,20	0,54	3,13	0,53
<b>Kelemahan</b>																							
Kurangnya manajemen usaha yang baik	0,09	3,00	0,27	3,07	0,28	3,00	0,27	3,00	0,27	3,00	0,27	3,07	0,28	3,00	0,27	3,40	0,31	3,33	0,30	2,93	0,26	3,00	0,27
Tampilan dan packing produk yang kurang menarik	0,09	3,07	0,28	3,13	0,28	3,27	0,29	3,27	0,29	3,07	0,28	3,13	0,28	2,93	0,26	3,07	0,28	3,00	0,27	3,13	0,28	3,13	0,28
Keterbatasan Modal	0,10	3,00	0,30	3,00	0,30	3,13	0,31	3,07	0,31	3,13	0,31	2,93	0,29	2,87	0,29	3,00	0,30	3,20	0,32	2,87	0,29	3,07	0,31
<b>Peluang</b>																							
Harga bahan baku relatif murah	0,28	3,27	0,91	3,20	0,90	3,27	0,92	3,20	0,90	3,20	0,90	3,40	0,95	3,13	0,88	3,40	0,95	3,33	0,93	3,07	0,86	3,27	0,92
Memiliki pelanggan tetap	0,28	2,80	0,78	2,73	0,76	3,13	0,88	3,07	0,86	3,27	0,92	3,00	0,84	2,80	0,78	3,40	0,95	3,00	0,84	2,80	0,78	2,87	0,80
Menambah lapangan pekerjaan	0,24	3,13	0,75	3,13	0,75	3,33	0,80	3,33	0,80	3,13	0,75	2,87	0,69	3,13	0,75	3,27	0,78	3,07	0,74	3,20	0,77	3,33	0,80
<b>Ancaman</b>																							
Produk pengganti ada	0,09	3,13	0,28	3,07	0,28	3,13	0,28	3,07	0,28	0,13	0,01	3,20	0,29	2,87	0,26	3,13	0,28	3,13	0,28	3,20	0,29	3,13	0,28
Kendala alam/cuaca	0,11	3,07	0,34	3,33	0,37	3,20	0,35	3,13	0,34	3,20	0,35	3,00	0,33	3,13	0,34	3,33	0,37	3,20	0,35	3,13	0,34	3,33	0,37
<b>Total</b>			6,25		6,25		6,42		6,35		6,17		6,35		6,06		6,65		6,42		6,17		6,40

## Lampiran 10. Surat Izin Melakukan Penelitian Dari Desa



**PEMERINTAH KABUPATEN DELI SERDANG**  
**KECAMATAN TANJUNG MORAWA**  
**DESA MEDAN SENEMBAH**

Jalan Besar Medan Senembah No..... Kode Pos 20362  
 Telepon (061)..... Faks (061).....  
 Email :..... Website :.....

Medan Senembah, 11 Agustus 2023

Nomor : 470/1.578

Lampiran : ---

Perihal : Pemberian Izin

Melakukan Praktik Skripsi Mahasiswa

Kepada Yth :

**Dekan Fakultas Pertanian**

**Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**

di

**Tempat**

Dengan hormat,

Sehubungan dengan Surat Masuk Nomor 991/IL.3-AU/UMSU-04/F/2023 tanggal 07 Agustus 2023 dari Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara perihal izin melakukan praktik skripsi mahasiswa

Dengan ini Kepala Desa Medan Senembah **Memberikan Izin** untuk mengadakan penelitian kepada 1 (satu) orang mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang bernama:

No	Nama Mahasiswa	NPM	Fakultas/Program Studi
I	Suci Permata Sari	1904300099	Pertanian/Agribisnis

Dengan judul skripsi : **Strategi Pengembangan Usaha Sapu Ijuk di Desa Medan Sinembah Kec.Tanjung Morawa.**

Demikianlah Izin ini kami berikan agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.



Kepala Desa Medan Senembah  
 Kecamatan Tanjung Morawa

JASRI

Lampiran 11. Dokumentasi Penelitian





