



STRATEGI KEPEMIMPINAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN DI CV. SINAR BINTANG NIAGA

SKRIPSI

Untuk memenuhi Sebagian persyaratan akademik program sarjana ekonomi

Oleh

Nindy Hero

NPM : 18510030

Dosen Pembimbing

Prof. Dr. Dra. Hj. Edy Dwi Kurniati, S.E., M.M.

NIDN. 0606096201

Pitaloka Dharma Ayu, S.E., MBA.

NIDN. 0617028803

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS DARUL ULUM ISLAMIC CENTER GUPPI
(UNDARIS)
2025**

PERSETUJUAN SKRIPSI

STRATEGI KEPEMIMPINAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN DI CV. SINAR BINTANG NIAGA

Oleh :

Nindy Hero (18510030)

Bahwa skripsi ini layak diujikan dan telah mendapatkan persetujuan pada
tanggal 10 juli 2025

Dosen Pembimbing Utama



Prof. Dr. Hj. Edy Dwi K, SE. MM.

NIDN : 0603037301

Dosen Pembimbing Pendamping



Pitaloka Dharma Ayu, S.E., MBA.

NIDN : 0617028803

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Muhammad Arif Rakhman, SE., M.E.

NIDN : 0614068702

PENGESAHAN SKRIPSI

STRATEGI KEPEMIMPINAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN DI CV. SINAR BINTANG NIAGA

Oleh :

Nindy Hero (18510030)

Skripsi ini telah diujikan dan mendapatkan pengesahan pada tanggal *2 Oktober 2025*

Tim Penguji

Ketua



Nunuk Supraptini, S.E., M.M
NIDN : 0614086601

Anggota,



Prof. Dr. Hj. Edy Dwi K, SE. MM.
NIDN : 0603037301

Anggota,



Pitaloka Dharma Ayu, S.E., MBA.
NIDN : 0617028803

ABSTRAK

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, kepemimpinan yang efektif menjadi faktor penting dalam meningkatkan kinerja organisasi, khususnya dalam mengelola sumber daya manusia dan mencapai target penjualan. Volume penjualan merupakan indikator utama keberhasilan perusahaan dalam menghadapi persaingan pasar. CV. Sinar Bintang Niaga, sebuah perusahaan kerajinan kuningan, mengalami penurunan volume penjualan sejak pandemi COVID-19, yang berdampak pada keberlangsungan usaha dan menuntut penerapan strategi kepemimpinan yang tepat untuk meningkatkan kinerja penjualan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi kepemimpinan yang diterapkan di CV. Sinar Bintang Niaga dan dampaknya terhadap volume penjualan. Penurunan volume penjualan yang dialami perusahaan, terutama setelah dampak pandemi COVID-19, mendorong perlunya strategi yang tepat untuk meningkatkan kinerja penjualan dan mencapai tujuan perusahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis SWOT. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan kuesioner yang melibatkan enam responden, termasuk karyawan dan manajemen perusahaan. Analisis dilakukan untuk mengidentifikasi IFAS yaitu faktor kekuatan dan kelemahan, serta EFAS yaitu faktor peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan dalam konteks kepemimpinan dan penjualan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa CV. Sinar Bintang Niaga berada pada kuadran I dalam analisis SWOT, yang menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan yang cukup untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang diusulkan untuk perusahaan meliputi penguatan promosi melalui media sosial, peningkatan kualitas produk, dan pengembangan desain eksklusif yang dapat menarik minat konsumen. Dengan menerapkan strategi ini, diharapkan perusahaan dapat meningkatkan volume penjualan dan memperkuat posisinya di pasar. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan strategi kepemimpinan yang lebih efektif di dalam perusahaan.

Kata Kunci: Strategi kepemimpinan, volume penjualan, analisis SWOT.

ABSTRACT

In an increasingly competitive business era, effective leadership becomes a crucial factor in improving organizational performance, particularly in managing human resources and achieving sales targets. Sales volume is a key indicator of a company's success in facing market competition. CV. Sinar Bintang Niaga, a brass craft company, has experienced a decline in sales volume since the COVID-19 pandemic, which has impacted business continuity and necessitated the implementation of appropriate leadership strategies to enhance sales performance.

This study aims to analyze the leadership strategies applied at CV. Sinar Bintang Niaga and their impact on sales volume. The decline in sales volume experienced by the company, especially following the COVID-19 pandemic, drives the need for effective strategies to improve sales performance and achieve company goals. The research method used is descriptive qualitative with a SWOT analysis approach. Data were collected through interviews, observations, and questionnaires involving six respondents, including employees and company management. The analysis was conducted to identify IFAS, which are internal factors of strengths and weaknesses, and EFAS, which are external factors of opportunities and threats faced by the company in the context of leadership and sales.

The results indicate that CV. Sinar Bintang Niaga is positioned in quadrant I of the SWOT analysis, showing that the company has sufficient strengths to capitalize on existing opportunities. The proposed strategies for the company include strengthening promotion through social media, improving product quality, and developing exclusive designs that can attract consumer interest. By implementing these strategies, the company is expected to increase sales volume and strengthen its market position. This study is expected to contribute to the development of more effective leadership strategies within the company.

Keywords: Leadership strategy, sales volume, SWOT analysis.

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Hidup ini adalah perjuangan.” - R.A. Kartini

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Setiadi dan Ibu Tohiroh. Saat lelah melanda, doa-doa tulus beliau selalu menguatkan. Pengorbanan tak terhitung yang telah beliau berikan takkan pernah bisa terbalas. Setiap jerih payah mengasuh dan mendidikku kini mekar dalam bentuk karya ini. Terimakasih tak terhingga.
2. Adik perempuanku, Shinta Wijaya, yang selalu menjadi sumber inspirasi dan semangat. Terima kasih telah menjadi teman yang setia, mendukungku dalam setiap langkah, dan memberikan keceriaan di saat-saat sulit. Kehadiranmu membuat perjalanan ini semakin berarti.
3. Keluarga besar Bapak Muhammad Taefur, yang selalu memberikan dukungan dan kasih sayang. Terima kasih atas kebersamaan dan nilai-nilai kehidupan yang telah diajarkan, yang membentuk diriku menjadi pribadi yang lebih baik. Keluarga adalah tempat di mana aku belajar arti cinta dan kebersamaan.

KATA PENGANTAR

Dengan kerendahan hati dan rasa syukur yang mendalam, penulis mempersembahkan karya ilmiah ini sebagai buah perjuangan akademik yang telah dilalui. Skripsi berjudul “Strategi Kepemimpinan Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di CV. Sinar Bintang Niaga” merupakan puncak dari perjalanan panjang menimba ilmu di Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman-GUPPI (UNDARIS).

Perlu penulis sampaikan bahwa pencapaian ini tidak mungkin terwujud tanpa dukungan dari berbagai pihak. Penelitian yang telah dilaksanakan dan dokumen yang tersusun rapi ini merupakan hasil dari kolaborasi yang penuh makna. Sepanjang perjalanan penyusunan karya ilmiah ini, penulis mendapat bimbingan berharga dari :

1. Dr. Drs. H. Amir Mahmud, M.M.MPd.I Selaku Rektor Universitas Darul Ulum Islamic Center Sudirman GUPPI yang telah memberi kesempatan bagi penulis untuk menimba ilmu di UNDARIS.
2. Bapak M. Arif Rakhman, SE., ME Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Darul Ulum Islamic Center Sudirman GUPPI (UNDARIS).
3. Bapak Fajar Suryatama, S.Sos.,S.E.,M.M selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Darul Ulum Islamic Center Sudirma GUPPI (UNDARIS)
4. Ibu Pitaloka Dharma Ayu, S.E., MBA selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas darul Ulum Islamic Centre Sudirman GUPPI (UNDARIS),
5. Ibu Prof. Dr. Hj. Edy Dwi K, SE. MM. Selaku Dosen Pembimbing Pertama yang telah memberikan arahan, solusi, nasehat, dan penuh kesabaran membimbing, member pengarahan selama penyusunan Skripsi ini.
6. Ibu Pitaloka Dharma Ayu, S.E., MBA. Selaku Dosen Pembimbing Kedua serta selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas darul Ulum Islamic Centre Sudirman GUPPI (UNDARIS), yang telah sabar

memberikan arahan, solusi, nasehat, memberi pengarahan selama penyusunan Skripsi ini.

7. Ibu Nunuk Supraptini, SE., M.M selaku dosen penguji yang memberikan kritikan dan saran sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh teman-teman Progam Studi Manajemen angkatan 2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Darul Ulum Islamic Center Sudirman GUPPI (UNDARIS) Ungaran yang telah memberikan motivasi dan semangat penulis selama penulisan skripsi ini.
9. Seluruh Dosen, staff dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Darul Ulum Islamic Center Sudirman GUPPI (UNDARIS).

Penulis berharap agar penelitian skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan, terutama bagi Universitas Darul Ulum Islamic Centre Sudirman-GUPPI (UNDARIS) dan mohon maaf atas segala bentuk kekurangannya.

Ungaran, 17 Juli 2025



Nindy Hero

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A.Latar Belakang Masalah.....	1
B.Rumusan Masalah.....	11
C.Tujuan Penelitian	11
D.Manfaat Penelitian.....	11
E. Definisi Operasional.....	12
F.Sistematika Penulisan	13
BAB II LANDASAN TEORI	15
A.Kajian Pustaka.....	15
1.Strategi Kepemimpinan.....	15
2Volume Penjualan.....	26
3Analisis SWOT	28
B. Penelitian Terdahulu	37
C.Kerangka Berfikir	39
BAB III METODE PENELITIAN	41
A.Jenis Penelitian	41
B.Lokasi Penelitian.....	41
C.Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	41
D.Jenis dan Sumber Data.....	43
E.Teknik Pengumpulan Data	45
F.Teknik Analisis Data	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
A.Gambaran Umum CV. Sinar Bintang Niaga	57
B.Hasil Penelitian.....	61
C.Pembahasan	89

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	93
A.Kesimpulan.....	93
B.Saran.....	95
Daftar Pustaka	97
Lampiran 1	100
Lampiran 2	103
Lampiran 3	107
Lampiran 4	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 5	120

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan	3
Tabel 3.1 Data Populasi Dan Sampel	43
Tabel 3.2 Skala Likert	49
Tabel 3.3 Kriteria Kekuatan Kelemahan Dan Peluang Ancaman	51
Tabel 3.4 Skoring Dan Pembobotan Faktor Internal	52
Tabel 3.5 Skoring Dan Pembobotan Faktor Eksternal	53
Tabel 3.6 Matriks SWOT	54
Tabel 4.1 Tabel Kekuatan Dan Kelemahan	62
Tabel 4.2 Tabel Peluang Dan Ancaman	69
Tabel 4.3 Bobot Faktor Internal CV. Sinar Bintang Niaga.....	76
Tabel 4.4 Peringkat Faktor Internal CV. Sinar Bintang Niaga	77
Tabel 4.5 Matriks IFE CV. Sinar Bintang Niaga	78
Tabel 4.6 Bobot Faktor Eksternal CV. Sinar Bintang Niaga	79
Tabel 4.7 Peringkat Faktor Eksternal CV. Sinar Bintang Niaga	80
Tabel 4.8 Matriks EFE CV. Sinar Bintang Niaga	81
Tabel 4.9 Analisis SWOT CV. Sinar Bintang Niaga.....	82
Tabel 4.10 Matriks SWOT CV. Sinar Bintang Niaga	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	40
Gambar 3.1 Kuadran SWOT	55
Gambar 4.1 Struktur Organisasi CV. Sinar Bintang Niaga	60
Gambar 4.2 Matriks Grand Strategy.....	87

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sumber daya manusia adalah hal yang berpengaruh dalam meningkatkan efektifitas kegiatan salah satunya dilihat dari segi pemimpin dan juga bawahan. kepemimpinan adalah cara seorang pemimpin mempengaruhi bawahannya dengan tujuan untuk mencapai tujuan organisasi yang maksimal.

Dalam konteks manajemen SDM, kepemimpinan memiliki peran sentral dan dinamisor dalam seluruh proses kegiatan organisasi termasuk pengelolaan aset manusia. Pemimpin yang efektif tidak hanya memahami kebutuhan dan harapan karyawan, tetapi juga mampu memberikan arahan yang jelas dan inspiratif kepada mereka. Dengan kepemimpinan yang efektif dalam manajemen sumber daya manusia, organisasi dapat mencapai kinerja yang optimal dan membangun budaya kerja yang positif (Muktamar et al., 2024).

CV. Sinar Bintang Niaga merupakan salah satu perusahaan industri kerajinan kuningan yang berada di daerah Bedono lebih tepatnya beralamat di jalan raya Ambarawa Magelang, Karanganyar Bedono, Kecamatan Jambu, Kabupaten Semarang, mulai berdiri pada akhir tahun 2009 yang masih berupa usaha perseorangan dengan dijalankan oleh tim, dan berawal dengan fokus di bidang pemasaran Kerajinan Kuningan di Tangerang. Lama

– kelaman perusahaan ini berkembang dan tidak hanya berfokus ke pemasaran saja melainkan juga mulai berfokus ke produksi kerajinannya. Seiring dengan meningkatnya minat pasar, pemilik perusahaan ini mempertimbangkan untuk memasarkan kerajinan kuningan yang diproduksi secara internal. Dengan memproduksi sendiri, diharapkan perusahaan dapat memperoleh keuntungan yang lebih besar dibandingkan dengan memasarkan produk dari pihak lain.

Volume penjualan merupakan ukuran yang menunjukkan banyaknya produk yang dapat dijual oleh perusahaan dan pencapaian target perusahaan pada jangka waktu tertentu (Manggala & Maulani, 2022). Perusahaan dalam menghasilkan barang mempunyai tujuan akhir yaitu untuk menjual barang atau jasa kepada konsumen. Oleh karena itu, peningkatan volume penjualan bagi perusahaan sangat penting untuk mengukur keberhasilan atau merupakan indikasi berhasil tidaknya perusahaan dalam persaingannya. Pada tabel 1.1 dapat dilihat bahwa pada Tahun 2020-2024 volume penjualan CV.Sinar Bintang Niaga mengalami penurunan. Penurunan volume penjualan ini pada awalnya merupakan dampak dari PPKM di wilayah Jawa Bali dalam upaya menurunkan kasus positif Covid-19. Namun setelah kebijakan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) telah resmi dicabut di seluruh wilayah Indonesia, hasil penjualan pada CV. Sinar Bintang Niaga belum mengalami peningkatan.

Tabel 1.1
Data Penjualan Barang

Periode	Volume Penjualan
2020-2021	5.530 bingkai
2021-2022	5.400 bingkai
2022-2023	3.986 bingkai
2023-2024	2.050 bingkai

Sumber : CV.Sinar Bintang Niaga

Menurut Yacob (2024) pemimpin memiliki tanggung jawab dalam meningkatkan penjualan. Oleh karena itu, kepemimpinan menjadi sangat penting karena memiliki dampak besar terhadap peningkatan volume penjualan. Menurut penelitian dari Gaurav Kulat (2023) berjudul “Studi Kritis tentang dampak gaya kepemimpinan manajer penjualan terhadap kinerja tim penjualan” hasil dari penelitian tersebut diperoleh bahwa penerapan kepemimpinan yang tepat memiliki pengaruh dalam kinerja tim penjualan, sehingga dapat meningkatkan penjualan. Febrian & Ekowati (2023) menyatakan bahwa keberhasilan atau kegagalan suatu organisasi baik yang berorientasi bisnis maupun publik, biasanya dipersepsikan sebagai keberhasilan atau kegagalan pemimpin.

Sebuah Perusahaan memerlukan strategi kepemimpinan dapat memberikan solusi dan inspirasi kepada karyawan, sehingga mereka dapat bekerja untuk mencapai target penjualan dengan tetap memperhatikan motivasi yang dimiliki. maupun publik, biasanya dipersepsikan sebagai keberhasilan atau kegagalan pemimpin.

Menurut Fattah (2015) Strategi kepemimpinan adalah pendekatan yang diambil oleh seorang pemimpin untuk merencanakan langkah-langkah strategis yang bertujuan membawa perubahan dalam organisasi. Strategi

kepemimpinan dalam organisasi mencakup sejumlah dimensi yang mempengaruhi karyawan dan pencapaian tujuan, yaitu komunikasi yang efektif, pemberian tugas dan tanggung jawab, pembentukan budaya kerja yang positif, pemberian pelatihan, pemberian penghargaan, pengambilan keputusan.

Komunikasi yang merupakan hal yang perlu diperhatikan di dalam strategi kepemimpinan untuk menjalankan organisasi. Hal ini dikarenakan komunikasi memiliki peranan besar dalam meneruskan sebuah informasi. Menurut Devito (2018) komunikasi merupakan proses bertukar informasi antara 2 orang atau lebih, namun didalam organisasi komunikasi mempunyai peranan yang penting untuk membantu proses kerja dan mencapai hasil yang diinginkan organisasi. Jalur komunikasi pada CV. Sinar Bintang Niaga yaitu komunikasi vertikal mengikuti struktur organisasi. Namun, dalam situasi tertentu terjadi komunikasi antara atasan dan bawahan yang tidak berada pada jalur komunikasi yang sama dalam struktur organisasi, contohnya ketika pemimpin perlu melakukan arahan langsung pada karyawan pengrajin dan evaluasi produk karena ada pemesanan dengan permintaan khusus dari konsumen. Pada CV. Sinar Bintang Niaga komunikasi vertikal dari atasan ke bawahan memiliki tujuan untuk mengarahkan, mengkoordinasi, mengendalikan kegiatan yang ada di level bawah. Biasanya komunikasi vertikal langsung dari atasan ke bawahan di CV. Sinar Bintang Niaga dilakukan ketika mengkoordinasi waktu pengiriman barang serta waktu penerimaan bahan baku. Disisi lain, ada juga

komunikasi vertikal dari bawahan ke atasan. Komunikasi ini dapat membantu bawahan mengatasi masalah pekerjaan mereka serta meningkatkan keterlibatan karyawan di Perusahaan. Salah satu contoh komunikasi dari bawahan ialah ketika staff administrasi CV. Sinar Bintang Niaga memberikan laporan penjualan kepada pimpinan ataupun ketika karyawan menyampaikan umpan balik terkait pekerjaan mereka. Pada CV. Sinar Bintang Niaga komunikasi dari bawahan ke atas masih memiliki kekurangan. Masalah ini dapat terjadi karena karyawan tidak mendapat respon yang baik atau kurang didengarkan oleh pemilik ketika memberikan *feedback* mengenai permasalahan pekerjaan yang mereka hadapi. Contohnya, saat *general manager* pemasaran tidak merasa didengarkan ketika memberikan saran mengenai video promosi yang menunjukkan kualitas produk mereka.

Tanggung jawab merupakan suatu bentuk kewajiban dari seorang bawahan untuk melaksanakan wewenang yang dilimpahkan kepadanya dengan jalan menyelesaikan tugas sesuai dengan target yang telah ditentukan oleh pimpinan atau organisasi (Hatta, 2021). Pemimpin yang efektif harus mampu mendelegasikan tugas dan memberikan tanggung jawab kepada anggota tim. Pemberian tanggung jawab pada CV. Sinar Bintang Niaga belum merata. Hal ini dapat dilihat dari tugas yang diberikan kepada *general manager* pemasaran. *General manager* pemasaran di Perusahaan tersebut tidak hanya memiliki tanggung jawab untuk melihat kondisi pasar, melakukan promosi dan membangun hubungan yang baik

dengan pelanggan, namun juga memiliki tanggung jawab untuk membantu menyelesaikan produk pesanan. Padahal hal tersebut merupakan tanggung jawab dari karyawan pengrajin dan pimpinan produksi. Selain itu, pemilik juga belum sepenuhnya memberikan kepercayaan pada karyawan Perusahaan untuk mengambil keputusan. Segala keputusan di CV. Sinar Bintang Niaga harus diambil oleh pemilik.

Menurut Nadzifah dalam Prayoga (2023), Budaya kerja merupakan suatu nilai terhadap kerja dan terdapat keyakinan individu mengenai cara mengatasi masalah dalam kerja. setiap organisasi harus memiliki budaya kerja yang baik. Dan sudah seharusnya seluruh anggota organisasi melaksanakan budaya kerja tersebut untuk menunjang kualitas kinerja yang lebih baik lagi. Pada CV. Sinar Bintang Niaga budaya kerja yang positif dibangun diantaranya melalui pemberian *reward* kepada karyawan. Selain itu menciptakan lingkungan kerja yang nyaman juga termasuk dalam membentuk budaya kerja yang positif. Menciptakan lingkungan kerja yang dimaksud adalah meliputi keamanan kerja. Pada CV. Sinar Bintang Niaga keamanan kerja yang diberikan melalui pemberian masker, kaca mata dan sarung tangan pada proses produksi. Pemberian ruang kerja yang luas dan terang juga diberikan supaya karyawan dapat bergerak bebas dalam ruangan sehingga dapat memperkecil terjadinya kecelakaan kerja dan menciptakan lingkungan kerja yang aman.

Hal lain yang perlu diperhatikan pada Perusahaan adalah pelatihan, baik pada rekrutan baru maupun pada karyawan lama. Pelatihan menurut

Kaswan (2017) adalah proses peningkatan pengetahuan dan keterampilan karyawan. Pelatihan mungkin juga meliputi perubahan sikap, pengetahuan dan tingkah laku sehingga karyawan dapat melakukan pekerjaannya lebih baik dari tugas terakhir. Namun pada CV. Sinar Bintang Niaga sudah tidak ada pelatihan yang diberikan pada karyawan yang sudah lama. Diperlukan pelatihan untuk karyawan lama karena masih sering terdapat ketidaktepatan dalam proses *finishing* Teknik *cutting*. Bagi rekrutan baru masih diberikan pelatihan secara terstruktur. Pertama, rekrutan baru akan diarahkan untuk memulai tugas yang ringan seperti perakitan bingkai. Kemudian jika dinilai sudah mampu maka mereka akan melakukan tugas seperti pembuatan kaligrafi, pembuatan sket gambar, dan finishing. Tidak hanya karyawan kerajinan yang membutuhkan pelatihan, karyawan bagian pemasaran pun membutuhkan pelatihan untuk mengembangkan kemampuan karyawan dan Perusahaan dimasa yang akan datang. Pemilik CV. Sinar Bintang Niaga belum mendorong karyawan pemasarannya untuk mengikuti pelatihan dari pihak luar Perusahaan. Selain itu mereka juga tidak mendapat pelatihan internal atau pelatihan yang diadakan oleh perusahaan. Hal ini dapat mengakibatkan turunnya kualitas kerja karyawan pemasaran dalam melaksanakan tugasnya.

Penghargaan atau *reward* adalah sesuatu yang diberikan kepada individu sebagai pengakuan atas tindakan yang telah dilakukannya. Pemberian ini dianggap sebagai bentuk apresiasi, ungkapan terima kasih, serta perhatian dari kita (Inda Alfiah N et al., 2025). Dengan adanya sistem

reward yang jelas, karyawan akan berusaha untuk mencapai atau melampaui target yang ditetapkan. Penghargaan yang diberikan kepada karyawan oleh pemilik CV. Sinar Bintang Niaga diberikan secara finansial, diantaranya melalui pemberian kompensasi yang layak dan tepat waktu. Adapun bonus setiap tahun yang diberikan pada karyawan yang memiliki hasil kerja yang baik dan tunjangan hari raya. Selain untuk meningkatkan semangat kerja para karyawan, pemberian bonus tersebut bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan para karyawan terutama dalam kehidupan di luar pekerjaan.

Penyelesaian masalah menurut Kartono (2019) ialah proses untuk mengatasi perbedaan antara hasil yang dicapai dan hasil yang diharapkan, serta memilih Solusi terbaik dari berbagai alternatif yang ada. Semenjak pandemi Covid 19 penjualan pada CV. Sinar Bintang Niaga mengalami penurunan karena Perusahaan tidak bisa melakukan pemasaran secara *face to face*. Namun setelah pandemi covid 19 usai, volume penjualan CV. Sinar Bintang Niaga masih belum mencapai target. Bahkan masih mengalami penurunan. Jika hal ini terus terjadi, maka keberlangsungan hidup perusahaan bisa terancam. Penyelesaian yang telah dilakukan oleh pemimpin CV. Sinar Bintang Niaga untuk mengatasi masalah ini ialah dengan mengambil langkah-langkah strategis untuk memastikan kelangsungan hidup perusahaan. Prioritas utama dalam situasi ini adalah menjaga agar penjualan barang tetap berjalan, meskipun keuntungan yang diperoleh semakin menipis. Hal ini penting untuk mempertahankan arus kas

dan menjaga hubungan dengan pelanggan. Selanjutnya, pada masalah ini pemimpin CV. Sinar Bintang Niaga perlu berani mengambil resiko dengan beralih ke pemasaran digital. Meskipun langkah ini terdapat resiko persaingan yang semakin ketat, ketergantungan pada teknologi dan perubahan tren yang cepat. Namun, disisi lain pemasaran digital dapat membuka peluang baru dan meningkatkan visibilitas produk di pasar. Selain itu pemimpin CV. Sinar Bintang Niaga juga menambah mitra reseller di beberapa wilayah, dengan harapan perusahaan dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan volume penjualan.

Perusahaan didirikan dengan berbagai tujuan pokok dan untuk mencapai tujuan tersebut manajemen perlu memperhatikan dua faktor pokok yakni faktor internal dan eksternal perusahaan. Faktor internal perusahaan sudah dijelaskan diatas diantaranya komunikasi yang efektif, pemberian tugas dan tanggung jawab, budaya kerja, pemberian pelatihan dan penghargaan. sedangkan untuk faktor eksternalnya adalah faktor yang bisa dihubungkan dengan faktor keadaan lingkungan diluar perusahaan yaitu kemitraan (reseller) dan konsumen (pelanggan).

Hafsah dalam Haeril (2022) menyatakan bahwa kemitraan adalah suatu strategi bisnis yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dalam jangka waktu tertentu untuk meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling membutuhkan. Dalam menghadapi volume penjualan yang menurun CV. Sinar Bintang Niaga memutuskan untuk menambah jumlah mitra reseller di beberapa wilayah supaya Perusahaan dapat memperluas jangkauan

distribusi kepada konsumen dan meningkatkan volume penjualan. Pada tahun 2020 CV. Sinar Bintang Niaga memiliki 6 mitra reseller, yang berada di Bandar Lampung, Kalimantan Timur, Pontianak, Gorontalo, Papua, Sulawesi Tenggara. Di tahun 2024 jumlah mitra *reseller* bertambah 3 tim, yaitu 2 tim di Sumatera Selatan dan 1 tim di Tangerang. Dengan adanya peningkatan jumlah mitra reseller ini dapat dikatakan bahwa CV. Sinar Bintang Niaga mampu mendapatkan kepercayaan dari mitra.

Menurut Kotler (2015) konsumen adalah individu yang membeli dari orang lain. Bagi sebuah perusahaan, kemampuan untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen menjadi sebuah keharusan yang tidak bisa ditawar. Dalam menjalankan bisnis CV. Sinar Bintang Niaga mendapatkan komentar yang positif dari konsumen. Komentar positif ini menunjukkan nilai kepuasan konsumen terhadap produk yang telah dibeli. Selain itu, konsumen yang memberikan komentar positif juga akan membangun citra yang baik untuk Perusahaan. Oleh karena itu, konsumen merupakan salah satu faktor eksternal yang harus diperhatikan oleh Perusahaan. Ketepatan waktu pada CV. Sinar Bintang Niaga dalam pengiriman barang ke konsumen juga menjadi nilai tambah dalam memberi kepuasan terhadap konsumen. Sehingga, diharapkan citra baik Perusahaan akan semakin meningkat.

Berdasarkan dengan uraian di atas, maka penulis tertarik ingin meneliti kepemimpinan CV. Sinar Bintang Niaga untuk meningkatkan volume penjualan yang pada perusahaan tersebut dengan judul **“Strategi**

Kepemimpinan dalam Meningkatkan Volume Penjualan di CV. Sinar Bintang Niaga”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana posisi Perusahaan dari hasil analisis SWOT pada CV. Sinar Bintang Niaga?
2. Bagaimana strategi kepemimpinan guna meningkatkan volume penjualan pada CV. Sinar Bintang Niaga?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui posisi CV. Sinar Bintang Niaga berdasarkan hasil analisis SWOT.
2. Untuk mengetahui strategi kepemimpinan guna meningkatkan volume penjualan pada CV. Sinar Bintang Niaga.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan karya ilmiah yang dapat memberikan manfaat secara teoritis, maupun secara praktis :

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan agar hasil penelitian yang telah dituangkan dalam skripsi ini dapat menambah pengetahuan pembaca dan peneliti untuk dijadikan refrensi dan sekaligus dapat menambah pengetahuan khususnya memahami tentang tata cara melakukan analisa strategi

bisnis dengan Analisa SWOT untuk mendapatkan strategi kepemimpinan yang bagus.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan strategi kepemimpinan di CV. Sinar Bintang Niaga. Selain hal tersebut ini juga diharapkan hasil penelitian dapat memperkaya referensi untuk pengembangan ilmu pengetahuan khususnya ilmu manajemen.

E. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah suatu definisi yang memiliki arti tunggal dan diterima secara objektif bila mana indikatornya tidak tampak. Suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel yang diamati. Definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini, dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Strategi Kepemimpinan

Menurut (Fattah, 2015) Strategi kepemimpinan adalah pendekatan yang diambil oleh seorang pemimpin untuk merencanakan langkah-langkah strategis yang bertujuan membawa perubahan dalam organisasi. Ini melibatkan penerapan strategi dengan kualitas kepemimpinan yang baik, serta memastikan bahwa karyawan memahami tujuan dan tantangan yang akan dihadapi perusahaan.

2. Volume Penjualan

Menurut Freddy Rangkuti dalam (Hulu et al., 2023), menyatakan

bahwa volume penjualan adalah pencapaian penjualan yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau suatu unit produk. Volume penjualan merupakan suatu yang menandakan naik turunnya penjualan dan dapat dinyatakan dalam bentuk unit, kilo, ton atau liter.

3. Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2016) Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*Strenghts*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika dimaksudkan untuk memberikan gambaran penelitian yang lebih jelas dan sistematis agar dapat mempermudah bagi pembaca dalam memahami penulisan dalam penelitian masing – masing bab secara garis besar dapat diuraikan sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini terdiri dari kajian pustaka, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai jenis penelitian, lokasi penelitian, dan variabel penelitian, populasi sampel, teknik sampling, teknik pengambilan data serta analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan deskripsi data yang diperoleh, analisis data dan pengujian hipotesis, pembahasan mengenai temuan penelitian, interpretasi hasil analisis, serta temuan yang tidak terduga yang mungkin muncul selama penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini mencakup kesimpulan dari penelitian yang merangkum hasil dan menjawab rumusan masalah, serta saran untuk penelitian selanjutnya berdasarkan temuan yang ada.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

Menurut (Fitrah & Luthfiyah, 2017), Kajian pustaka sering disebut literatur review. Kajian pustaka adalah kegiatan mendalami, mencermati, menelaah, dan mengidentifikasi pengetahuan. Selain itu, kajian pustaka juga merupakan segala bentuk dari informasi yang telah tertulis dan juga berbagai macam bentuk dari hasil penelitian yang akan dianggap relevan dengan variable maupun masalah yang telah dilakukan penelitian, digunakan untuk sebuah rujukan pada penentuan dari sebuah masalah maupun kerangka berfikir sekaligus menjadi sebuah acuan maupun landasan dalam sebuah penelitian.

1. Strategi Kepemimpinan

Strategi kepemimpinan sangat penting dalam manajemen bisnis dan organisasi. Hal ini melibatkan keberhasilan dan pengembangan suatu perusahaan. Ketika strategi telah disiapkan, maka itu akan mempengaruhi pencapaian Perusahaan dari target yang telah ditentukan. Dalam persiapan strategis tidak lolos dari intervensi pimpinan perusahaan atau organisasi. Berikut ini adalah definisi strategi kepemimpinan:

a. Pengertian Strategi Kepemimpinan

(Fattah, 2015) menyatakan bahwa strategi kepemimpinan ialah pemimpin yang mempunyai rencana *strategic* dengan bertujuan untuk membawa perubahan kedalam organisasi, mengimplementasikan strategi dengan kualitas kepemimpinan yang efektif, dan membuat karyawan paham akan tujuan dan tantangan yang akan muncul di perusahaan. Strategi kepemimpinan menjadi salah satu masalah yang menarik karena hal tersebut menyangkut maju mundurnya perusahaan. Jika seorang pemimpin tidak efektif dalam melaksanakan strateginya maka hal ini akan mempengaruhi pencapaian perusahaan, yang mana hal tersebut juga berpengaruh pada hasil akhir yang akan menghasilkan citra yang kurang baik dan tujuan perusahaan yang tidak tercapai.

Sachin dan Bansidhar (2013) menyebutkan bahwa kepemimpinan strategis merupakan kemampuan seorang pemimpin yang mempengaruhi karyawan untuk sukarela menciptakan keputusan yang meningkatkan kelangsungan hidup jangka panjang perusahaan atau organisasi dengan mempertahankan stabilitas keuangan jangka pendek.

Strategi bukanlah satu satunya faktor yang menjadi kegagalan suatu perusahaan atau organisasi, masih banyak faktor lain seperti modal atau keuangan, struktur organisasi,

sumber daya manusia yang rendah. Meskipun faktor-faktor tersebut sangat berpengaruh terhadap keberhasilan dan berkembangnya suatu organisasi, Adapun faktor yang amat penting dan memiliki pengaruh tinggi terhadap suatu perusahaan yakni pemimpin. Pemimpin berperan penting dan tanggung jawab penuh dalam keberlangsungan suatu perusahaan atau organisasi. Kepemimpinan yang tidak efektif akan mempengaruhi organisasi dan pencapaian perusahaan.

Strategi kepemimpinan berasal dua kata yakni strategi dan kepemimpinan. Strategi merupakan rencana pimpinan suatu perusahaan dalam jangka panjang untuk mencapai tujuan suatu perusahaan. Sedangkan kepemimpinan merupakan proses Dimana pimpinan mempengaruhi perilaku karyawan untuk bekerja sama dalam mencapai tujuan perusahaan yang telah ditentukan. Berikut ini penjelasan dari strategi dan kepemimpinan.

b. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari Bahasa Yunani yaitu "*Stratego*" yang artinya merencanakan pemusnahan musuh dengan penggunaan sumber yang efektif. Menurut Pearce & Robinson (2008) strategi adalah rencana berskala besar dengan orientasi masa depan guna berinteraksi dengan kondisi persaingan untuk mencapai tujuan perusahaan. David (2009) sendiri

mengartikan strategi adalah suatu alat untuk mencapai tujuan jangka panjang, yang mana merupakan tindakan potensial dan membutuhkan keputusan manajemen dan sumber daya organisasi dalam jumlah yang besar. Strategi mengarah pada tujuan, sasaran organisasi serta perumusan tugas dengan suatu program atau metode yang dibutuhkan untuk menjamin strategi sudah diimplementasikan untuk mencapai tujuan akhir strategi. Drucker (2007) mendefinisikan bahwa strategi adalah suatu taktik dengan pengerjaan sesuatu yang benar. Strategi ialah rencana jangka panjang pimpinan pada suatu perusahaan yang bertujuan untuk mengidentifikasi kondisi dan mencapai tujuan perusahaan.

Selain itu strategi dapat mempengaruhi keberhasilan perusahaan dalam jangka panjang dan berfokus pada masa depan. Strategi memiliki konsekuensi yang multifungsi dan multidimensi, maka dari itu perlu dipertimbangkan dari faktor internal dan eksternal yang dihadapi perusahaan. Strategi pimpinan bisa menunjukkan kesuksesan suatu perusahaan dan tercapainya tujuan perusahaan tersebut. Strategi bukan hanya sekedar suatu rencana, namun juga dapat digunakan dalam pengembangan sehingga dengan strategi dapat menjadi pedoman yang diaplikasikan pada program dan dilaksanakan untuk mencapai tujuan. Dengan kata lain. Strategi merupakan

hal yang sangat vital dan berperan penting dalam organisasi. Tahap-tahap strategi menurut Crown dalam Agustinus (2006) dibagi dalam dua tahapan, yaitu:

1) Formulasi Strategi

Formulasi strategi adalah penentuan aktivitas yang berhubungan dengan pencapaian tujuan. Pada tahap ini lebih difokuskan pada aktivitas yang utama antara lain:

- a) Menyiapkan strategi alternatif
- b) Pemilihan strategi
- c) Menetapkan strategi yang akan digunakan

Untuk dapat menetapkan formulasi dengan baik, maka diperlukan data dan informasi yang jelas dari analisa lingkungan.

2) Implementasi Strategi

Di tahap ini strategi yang sudah diformulasikan akan diimplementasikan. Dalam tahap ini terdapat beberapa aktivitas yang memperoleh penekanan antara lain: menetapkan tujuan tahunan, menetapkan kebijakan, memotivasi karyawan, mengembangkan budaya yang mendukung, menetapkan struktur organisasi yang efektif, menyiapkan budget, mendayagunakan system informasi, dan menghubungkan kompensasi karyawan dengan performance organisasi.

Namun ada hal yang perlu diperhatikan ketika menyusun sebuah strategi, suatu strategi yang telah diformulasikan dengan baik belum bisa menjamin keberhasilan dalam implementasinya sesuai dengan yang diinginkan. Dikarenakan hal tersebut tergantung pada komitmen organisasi atau perusahaan dalam menjalankan strategi tersebut.

Macam-macam strategi dalam menyusun suatu strategi, dibedakan menjadi tiga jenis, yaitu:

a) Strategi Korporasi

Strategi ini menunjukkan keseluruhan arah strategi dalam perusahaan, dimana perusahaan akan memilih strategi pertumbuhan, strategi stabilitas, atau strategi pengurangan usaha dan menyesuaikan pilihan strategi dengan pengelolaan berbagai bidang yang terdapat dalam perusahaan.

b) Strategi Bisnis

Strategi yang disusun pada level unit bisnis, divisi atau product level dan menekankan strategi untuk meningkatkan posisi bersaing antar produk atau jasa suatu perusahaan dalam suatu industri tertentu.

c) Strategi Fungsional

Strategi yang dibuat oleh perusahaan dengan fungsi masing-masing perusahaan yang memiliki tujuan untuk menciptakan kompetensi yang lebih baik sehingga hal tersebut dapat meningkatkan keunggulan bersaing.

Fungsi strategi merupakan Upaya agar strategi yang disusun dapat diimplementasikan secara efektif. Ada enam fungsi strategi, ialah sebagai berikut:

- (1) Menyampaikan visi yang ingin dicapai pada anggota.
- (2) Menghubungkan keunggulan organisasi dengan peluang dari lingkungan.
- (3) Memanfaatkan keberhasilan yang didapat dan mengamati peluang-peluang baru.
- (4) Mengelola sumber daya yang lebih banyak dari sebelumnya.
- (5) Mengarahkan aktivitas organisasi untuk ke depannya.
- (6) Menanggapi situasi keadaan yang telah terjadi.

Dengan demikian, strategi merupakan hal yang dibutuhkan suatu organisasi atau perusahaan. Dalam organisasi, suatu tujuan memerlukan suatu rencana supaya dapat mencapai keberhasilan pada tujuan tersebut. Namun perlu diingat bahwa perencanaan strategis perlu pertimbangan yang harus dilakukan oleh pemimpin maupun dengan anggota. Sehingga organisasi atau perusahaan akan berjalan secara efektif dan efisien sesuai dengan perencanaan kerja.

c. Pengertian Kepemimpinan

Menurut Gary Yukl (2017), kepemimpinan adalah suatu proses seseorang yang mempengaruhi orang lain untuk memahami dan mengikuti tentang apa yang perlu dilakukan dan bagaimana proses serta upaya untuk mencapai tujuan perusahaan.

Sikap pemimpin juga ikut berperan dalam pencapaian tujuan. Kepemimpinan merupakan proses ketika pemimpin mempengaruhi perilaku karyawan untuk bekerja sama dalam mencapai tujuan perusahaan yang telah ditentukan. Pada dasarnya kepemimpinan ialah proses pimpinan dalam mempengaruhi, memotivasi, mendorong, dan memfasilitasi karyawan untuk berkontribusi agar mencapai tujuan perusahaan.

Ada beberapa indikator kepemimpinan menurut Kartono (2019) yang dapat dilihat sebagai berikut :

1) Pengambilan Keputusan

Proses untuk menentukan pilihan terbaik dari berbagai alternatif dalam melaksanakan aktivitas di masa depan.

2) Hubungan antara atasan dan bawahan

Interaksi yang bersifat edukatif dan memberikan arahan kepada bawahannya sehingga mereka dapat meningkatkan keterampilan dan sikap kerja.

3) Penetapan Tujuan

Fokus kegiatan organisasi pada apa yang perlu dilakukan dan apa yang sebaiknya dihindari.

4) Pemecahan Masalah

Proses untuk mengatasi perbedaan antara hasil yang dicapai dan hasil yang diharapkan, serta memilih Solusi terbaik dari berbagai alternatif yang ada.

Kepemimpinan memiliki beberapa fungsi. Fungsi kepemimpinan merupakan gejala sosial dan harus diwujudkan dalam interaksi karyawan dan pimpinan dalam perusahaan atau organisasi. Terdapat tiga fungsi kepemimpinan, yaitu:

1) Fungsi Tugas

- (a) Mencapai tujuan dari kerja karyawan
- (b) Merencanakan kerja

- (c) Mendefinisikan tugas karyawan
- (d) Mengalokasikan tugas dan tanggung jawab
- (e) Mengontrol kualitas
- (f) Mengecek kinerja dan meninjau kemajuan

2) Fungsi Tim

- (a) Memelihara moral dan membangun semangat tim
- (b) Kohesif antar individu sebagai unit kerja
- (c) Menentukan standar dan bersikap disiplin
- (d) Komunikasi yang baik antara karyawan
- (e) Melatih karyawan

3) Fungsi Individual

- (a) Mempertemukan kebutuhan individu antara karyawan
- (b) Menyelesaikan masalah pribadi maupun konflik antara kebutuhan individu dengan kebutuhan karyawan.

Jenis gaya kepemimpinan dibagi beberapa kelompok. Menurut Hasibuan (2020) jenis gaya kepemimpinan adalah sebagai berikut:

1) Kepemimpinan Otoriter

Kepemimpinan otoriter adalah pimpinan yang mempunyai wewenang atau kekuasaan untuk mengambil keputusan dan menetapkan suatu aturan. Keputusan hanya ditetapkan oleh pemimpin tanpa pendapat, saran atau ide dari anggotanya.

2) Kepemimpinan Partisipatif

Kepemimpinan partisipatif ialah kepemimpinan yang dilakukan secara persuasif, menciptakan kerja sama yang kompak, serta menumbuhkan loyalitas antar anggota. Pemimpin mengajak anggota untuk ikut serta dalam pengambilan keputusan dengan menerima saran, ide, dan pendapat anggota.

3) Kepemimpinan Delegatif

Kepemimpinan delegatif adalah pemimpin melimpahkan tanggung jawab kepada anggota. Pemimpin memberikan tanggung jawab anggotanya untuk mengambil keputusan dengan bebas, namun tetap dalam pengawasan pemimpin.

4) Kepemimpinan Situasional

Kepemimpinan situasional adalah kepemimpinan yang dilihat dari perilaku, bukan pada kemampuan kepemimpinan yang ada sejak awal. Kepemimpinan ini menekankan pada faktor-faktor kontekstual seperti sifat pekerjaan, lingkungan dan karakteristik anggota.

Pada CV. Sinar Bintang Niaga gaya kepemimpinan yang digunakan yakni kepemimpinan otoriter, dimana semua kebijakan dilakukan oleh pemimpin, sekalipun pengambilan keputusan dilakukan oleh pemimpin tanpa persetujuan dari karyawan.

2. Volume Penjualan

Menurut Freddy Rangkuti dalam (Hulu et al., 2023), menyatakan bahwa volume penjualan adalah pencapaian penjualan yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau suatu unit produk. Volume penjualan merupakan suatu yang menandakan naik turunnya penjualan dan dapat dinyatakan dalam bentuk unit, kilo, ton atau liter.

a. Faktor-faktor yang mempengaruhi volume penjualan menurut Freddy Rangkuti dalam (Hulu et al., 2023) sebagai berikut :

1. Harga Jual

Faktor harga jual merupakan hal hal yang sangat penting mempengaruhi peningkatan penjualan atas barang atau jasa yang dihasilkan. Apakah barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dapat dijangkau oleh konsumen sasaran.

2. Produk

Produk adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi tingkat volume penjualan produk sebagai barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan apakah produk yang diperjualkan atau dipasarkan dapat menarik minat konsumen untuk membeli.

3. Kualitas Barang

Turunnya mutu barang merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi volume penjualan, jika barang yang diperdagangkan mutunya menurun dapat menyebabkan

pembeli yang sudah menjadi pelanggan kecewa sehingga mereka berpaling pada barang lain yang mutunya lebih baik.

4. Diskon

Potongan harga dapat diberikan dengan tujuan agar penjualan dan keuntungan perusahaan dapat ditingkatkan dari sebelumnya. Potongan harga tersebut dapat diberikan kepada pihak tertentu dengan syarat tertentu pula. Promosi dilakukan dengan cara online maupun offline, begitupun promosi juga harus tepat pada target. Untuk meningkatkan volume penjualan.

b. Indikator Volume Penjualan

Indikator dari volume penjualan menurut Kotler & Armstrong (2016) adalah harga, promosi, kualitas produk, saluran distribusi.

1. Harga

Sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Ada beberapa unsur utama dalam menentukan harga meliputi daftar harga, diskon, potongan harga, dan periode pembayaran

2. Promosi

Promosi pada hakikatnya merupakan semua kegiatan yang dimaksudkan untuk menyampaikan atau

mengkomunikasikan suatu produk kepada pasar sasaran, untuk memberi informasi

3. Kualitas Produk

Produk yang berkualitas memang akan lebih atraktif bagi konsumen, produk berkualitas mempunyai aspek penting.

4. Saluran Distribusi

Termasuk aktivitas perusahaan untuk membuat produk tersedia bagi konsumen sasaran. Guna mencapai sasaran bagi produk yang akan siap dipasarkan ke masyarakat luas, maka produk memakai suatu sarana yang disebut dengan saluran distribusi. Distribusi adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menyalurkan, menyebarluaskan, serta menyampaikan barang yang dipasarkannya kepada konsumen.

3. Analisis SWOT

a. Pengertian Analisis SWOT

Kurniati (2019), menyatakan bahwa analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*) merupakan alat dalam analisis strategi yang menggabungkan faktor-faktor dalam lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan) dan lingkungan eksternal organisasi (Peluang dan Ancaman).

1) Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan adalah kompetensi perusahaan dibandingkan dengan kompetitor di bidang produksi/operasi, pemasaran, keuangan, personalia, dan manajemen. Setiap perusahaan harus membuat upaya untuk mengonsolidasikan kekuatannya.

2) Kelemahan (*Weaknesses*)

Kelemahan adalah kompetensi negatif perusahaan dibandingkan pesaing dalam semua bidang fungsional organisasi. Setiap perusahaan harus melakukan upaya untuk meminimalkan kelemahan.

3) Peluang (*Opportunities*)

Peluang adalah keadaan yang menguntungkan atau situasi lingkungan eksternal yang menawarkan atau menyediakan keadaan yang menguntungkan terhadap organisasi. Setiap perusahaan harus membuat upaya untuk merebut peluang yang tepat pada waktu yang tepat.

4) Ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah situasi yang tidak menguntungkan yang disediakan lingkungan eksternal terhadap organisasi. Setiap perusahaan harus melakukan upaya untuk mengatasi atau meminimalkan ancaman.

Analisis SWOT menyediakan kerangka kerja untuk

perencanaan dan pengambilan keputusan strategis. Sebuah beragam keputusan sistematis dapat dibuat berdasarkan Analisis SWOT (Kurniati, 2019). Menurut Kurniati (2019) dalam bukunya pengantar manajemen mengutarakan keuntungan dari Analisis SWOT:

- a) Konsolidasi Kekuatan
- b) Meminimalkan Kelemahan
- c) Bantuan Untuk menangkap peluang
- d) Meminimalkan ancaman
- e) Fasilitas Perencanaan
- f) Memfasilitasi Pilihan Alternatif

b. Fungsi, Manfaat dan Tujuan Analisis SWOT

1) Fungsi Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah alat yang sangat bermanfaat bagi perusahaan dalam mengidentifikasi variabel internal dan eksternal yang dapat memberikan dampak positif atau negatif. Fungsi utama dari analisis ini adalah untuk membantu mendapatkan pemahaman menyeluruh mengenai semua faktor yang dapat memengaruhi pengambilan keputusan dan perencanaan strategis, yang relevan di hampir semua sektor (Bilung, 2016). Secara umum, analisis SWOT telah dikenal luas oleh banyak tim teknis yang terlibat dalam penyusunan rencana perusahaan. Dalam proses perencanaan strategi, perhatian

utama adalah untuk menilai apakah perusahaan memiliki sumber daya dan kemampuan yang cukup untuk melaksanakan misi dan mencapai visi yang diinginkan. Memahami kekuatan yang dimiliki akan membantu perusahaan untuk lebih fokus dan mengenali peluang-peluang baru, sementara penilaian yang objektif terhadap kelemahan yang ada akan memberikan dasar yang realistis bagi rencana-rencana yang akan disusun. Dengan demikian, analisis SWOT berfungsi untuk mengevaluasi kekuatan dan kelemahan perusahaan, serta menilai peluang dan ancaman yang dihadapi, melalui analisis kondisi eksternal perusahaan (Putra, 2017).

2) Manfaat Analisis SWOT

Manfaat analisis SWOT sangat penting dalam dunia bisnis karena merupakan teknik dasar untuk mengidentifikasi masalah dari empat perspektif yang berbeda. Dengan analisis ini, perusahaan bisa mendapatkan rekomendasi yang jelas, seperti cara mempertahankan kekuatan yang dimiliki, memanfaatkan peluang yang ada, serta mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman. Jika dilakukan dengan baik, analisis SWOT dapat mengungkap sisi-sisi yang mungkin terabaikan dalam organisasi, sehingga sangat membantu dalam meminimalisir kelemahan dan menekan dampak ancaman yang muncul (Alam, 2017). Analisis ini juga akan lebih efektif jika

perusahaan sudah menentukan dengan jelas bidang operasionalnya, arah masa depan, dan ukuran yang digunakan untuk menilai keberhasilan manajemen dalam menjalankan misi. Dari hasil analisis, posisi perusahaan terhadap lingkungannya bisa dipetakan, yang pada gilirannya menyediakan pilihan strategi yang tepat. Ini menjadi dasar untuk menetapkan sasaran-sasaran ke depan demi memenuhi kebutuhan dan harapan para pemangku kepentingan. Selain itu, analisis SWOT juga berguna untuk menganalisis faktor-faktor internal yang berkontribusi terhadap kualitas pelayanan, sambil tetap mempertimbangkan faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi.

3) Tujuan Analisis SWOT

Analisis SWOT memiliki tujuan yang sangat penting dalam mengarahkan strategi perusahaan dengan memfokuskan perhatian pada kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang krusial bagi keberhasilan strategi. Menurut Salim & Siswanto (2019), identifikasi terhadap peluang dan ancaman yang dihadapi, serta kekuatan dan kelemahan yang dimiliki, sangat diperlukan melalui telaah terhadap lingkungan. Dengan demikian, tujuan analisis SWOT adalah untuk membenarkan faktor-faktor internal dan eksternal yang telah dianalisis. Selain itu, tujuan

utama dari analisis ini adalah untuk mengidentifikasi strategi perusahaan secara keseluruhan. Hampir setiap perusahaan dan pengamat bisnis menggunakan analisis SWOT dalam pendekatan mereka, dan kecenderungan ini tampaknya akan terus meningkat, mengingat bahwa semua elemen dalam analisis ini saling berhubungan dan tergantung satu sama lain.

c. Lingkungan Internal Organisasi

Menurut Kurniati (2019), Sebuah organisasi menggunakan berbagai jenis sumberdaya dan menunjukkan jenis perilaku tertentu. Beberapa kekuatan membuat sebuah organisasi kompeten di daerah tertentu. Kemampuan organisasi terletak pada kapasitas organisasi dan kemampuan untuk menggunakan kompetensi untuk unggul dalam bidang tertentu, sehingga memberikan keuntungan strategis. Berikut merupakan lingkungan internal organisasi.

1) Sumber Daya Organisasi

Sumber daya organisasi merupakan elemen penting yang membentuk dasar operasional dan strategis perusahaan. Sumber daya ini terdiri dari aset fisik dan non-fisik yang mencakup teknologi, kemampuan, proses, informasi, dan pengetahuan. Sumber daya ini dapat dikategorikan menjadi tiga jenis utama:

a) Sumber Daya Fisik.

Ini mencakup semua aset berwujud seperti teknologi, pabrik, peralatan, dan lokasi geografis. Sumber daya fisik

yang memadai sangat penting untuk mendukung operasional.

b) Sumber Daya Manusia.

Kualitas dan keterampilan karyawan sangat berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Sumber daya manusia yang berkualitas dapat meningkatkan inovasi, efisiensi, dan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan perlu berinvestasi dalam pelatihan dan pengembangan karyawan.

c) Sumber Daya Organisasi.

Ini mencakup struktur formal dan hubungan informal di antara kelompok dalam organisasi. Sumber daya organisasi yang baik dapat menciptakan sinergi dan kolaborasi yang efektif di antara tim, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kinerja keseluruhan.

Sumber daya ini dapat memberikan keuntungan strategis jika memenuhi empat karakteristik utama: berharga, langka, sulit ditiru, dan tidak dapat digantikan. Keberadaan sumber daya yang memenuhi kriteria ini dapat menjadi keunggulan kompetitif yang signifikan bagi perusahaan.

2) Perilaku Organisasi

Perilaku organisasi mencerminkan berbagai kekuatan dan pengaruh yang ada di lingkungan internal, yang dapat menciptakan kemampuan atau kendala dalam penggunaan sumber daya. Beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku organisasi meliputi kualitas kepemimpinan, filosofi manajemen, nilai-nilai, dan budaya bersama. Lingkungan dan iklim organisasi juga berperan penting dalam membentuk perilaku karyawan.

3) Kekuatan dan Kelemahan

Sumber daya dan perilaku organisasi saling terkait, membentuk kekuatan dan kelemahan. Kekuatan adalah kemampuan yang dapat digunakan untuk mendapatkan keuntungan strategis, sedangkan kelemahan adalah batasan yang menghambat pencapaian tersebut. Keduanya berinteraksi dalam area fungsional yang sama atau berbeda, menciptakan efek sinergis yang dapat mempengaruhi kinerja organisasi secara keseluruhan.

4) Efek Sinergis

Efek sinergis terjadi ketika kekuatan dan kelemahan berinteraksi, menciptakan dampak yang lebih besar atau lebih kecil dari jumlah bagian-bagiannya. Misalnya, dua kekuatan di area fungsional tertentu dapat menghasilkan efek yang lebih

besar dari sekadar penjumlahan kekuatan tersebut. Sebaliknya, beberapa kelemahan dapat saling memperburuk dan menciptakan dampak negatif yang signifikan.

5) Kompetensi

Kompetensi adalah kualitas khusus yang dimiliki organisasi yang memungkinkan mereka bertahan dan bersaing di pasar. Ini mencakup sumber daya unik dan kemampuan inti yang dikembangkan seiring waktu. Kompetensi yang kuat dapat menjadi keunggulan kompetitif yang signifikan, membantu perusahaan untuk membedakan diri dari pesaing dan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik.

6) Kemampuan Organisasi

Kemampuan organisasi adalah potensi untuk memanfaatkan kekuatan dan mengatasi kelemahan dalam menghadapi peluang dan ancaman. Ini mencakup keterampilan dalam mengelola sumber daya secara produktif. Kemampuan organisasi dapat diukur dan dibandingkan dengan periode sebelumnya atau dengan organisasi lain, memberikan wawasan tentang efektivitas dan efisiensi operasional.

d. Lingkungan Eksternal Organisasi

Menurut Kurniati (2019), Lingkungan eksternal juga memainkan peran penting dalam kelangsungan hidup dan keberhasilan bisnis perusahaan. Lingkungan eksternal dibagi

menjadi dua kelompok, diantaranya ialah :

1) Lingkungan Makro

Lingkungan mikro mencakup faktor-faktor terdekat yang mempengaruhi perusahaan, seperti pelanggan, pesaing, pemasok, saluran perantara, dan masyarakat. Memahami dinamika dalam lingkungan mikro sangat penting untuk merumuskan strategi yang efektif.

2) Lingkungan Mikro

Lingkungan makro mencakup faktor-faktor yang lebih luas yang mempengaruhi kinerja perusahaan, seperti demografi, ekonomi, alam, teknologi, politik, budaya, dan hukum. Perusahaan perlu menganalisis lingkungan makro secara berkelanjutan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang dapat mempengaruhi strategi dan operasional mereka.

B. Penelitian Terdahulu

Untuk menghindari kesamaan penulisan dan plagiasi maka dalam penulisan skripsi ini diantaranya penulis cantumkan beberapa hasil penelitian yang ada kaitannya dengan skripsi ini diantara penelitian-penelitian tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No.	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Penerapan Metode SWOT & AHP Untuk Menentukan Strategi Pengembangan dan Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus: PT. Spindo Tbk.) (Hadi et al., 2024)	Hasil penelitian menyatakan bahwa posisi perusahaan terletak pada titik koordinat 1, yang menunjukkan bahwa penyusunan strategi alternatif berfokus pada penerapan strategi pertumbuhan dan mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. Hal ini dilakukan dengan memanfaatkan peluang yang ada serta kekuatan internal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan. Berdasarkan hasil pembobotan menggunakan metode AHP, dapat disimpulkan bahwa alternatif strategi SO 1.
2.	Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Perusahaan Pemasaran Produk Cap Lang Di Kota Medan (Studi Kasus Pada PT. Distrindo Bintang Agung) (S. Rangkuti & Antoro, 2025)	Penelitian tersebut menunjukkan bahwa PT. Distrindo Bintang Agung memiliki skor yang cukup tinggi dalam memanfaatkan peluang eksternal, meskipun beberapa kelemahan internal masih harus diatasi. Perusahaan berada pada posisi strategis untuk memanfaatkan kekuatan dan peluang sambil memperbaiki kelemahan yang ada.
3.	Analisis Strategi Swot Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Usaha Kerupuk Gonggong CV Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang (Muhammad Khairul Dafir, 2022)	Hasil penelitian berdasarkan analisis SWOT menunjukkan bahwa CV Kyria Rezeki di Kota Tanjungpinang berada di kuadran I, yang mengindikasikan bahwa usaha ini memiliki kekuatan yang cukup untuk memanfaatkan peluang yang tersedia. Strategi yang dapat diterapkan oleh usaha kerupuk gonggong ini meliputi memperluas pangsa pasar, membuka cabang

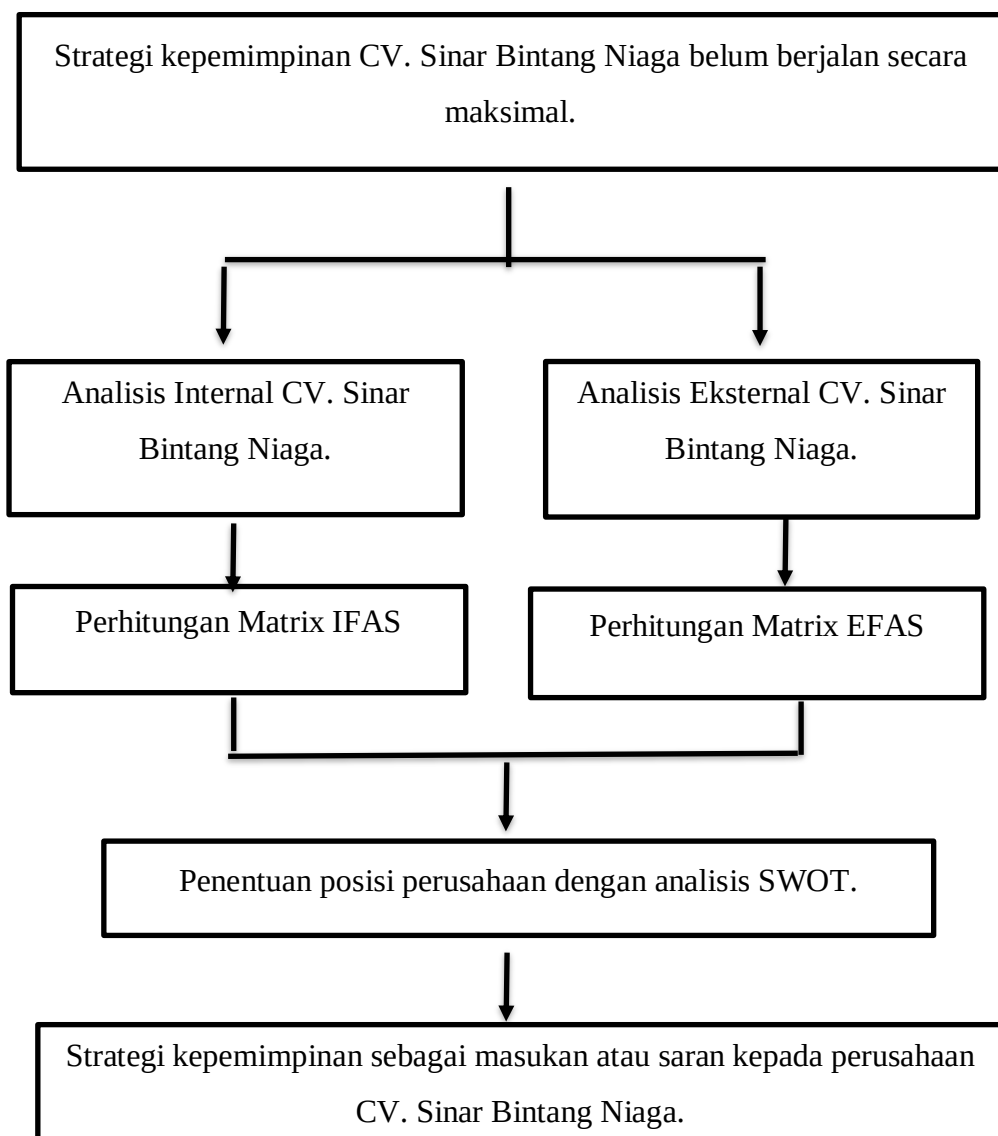
No.	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
		penjualan, serta melakukan inovasi produk.
4.	Analisis Strategi SWOT Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Apotek K24 Jajag Banyuwangi (Budiawan et al., 2023)	Dari penelitian berdasarkan analisis SWOT diperoleh hasil skor kekuatan (5,4), kelemahan (2,3), peluang(5), dan ancaman (2.6). Dari analisis SWOT, kemudian digambarkan dalam Diagram kartesius yang titik-titik koordinatnya berada di S-O Strategi, yaitu strategi pengembangan (pertumbuhan).
5.	Strategi Bisnis Rias Pengantin Berbasis Analisis SWOT (Studi Pada Sanggar Rias Candhik Ayu Soediran Kota Semarang)(Rahmawati, 2022)	Penelitian menunjukkan bahwa Sanggar Rias Candhik Ayu Soediran berada di kuadran I, yang menguntungkan, dengan kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan untuk pertumbuhan. Strategi yang direkomendasikan adalah strategi SO (Strengths-Opportunities).

Sumber : Data diolah peneliti tahun 2025

C. Kerangka Berfikir

Kerangka berpikir digunakan sebagai dasar atau landasan dalam pengembangan berbagai konsep dan teori yang digunakan dalam sebuah penelitian. Kerangka pemikiran merupakan penjelasan terhadap hal-hal yang menjadi objek permasalahan dan disusun berdasarkan tinjauan pustaka dan hasil penelitian yang relevan. Objek yang akan dianalisa pada penelitian ini adalah objek CV. Sinar Bintang Niaga dengan metode deskriptif kualitatif. Data yang dikumpulkan melalui observasi lapangan, wawancara dan dokumentasi dengan pemilik perusahaan, *general manager* pemasaran,

pimpinan produksi, staff administrasi keuangan, karyawan pengrajin, dan pelanggan. Dengan menggunakan kerangka berpikir ini, dapat menyimpulkan hasil penelitian dan memberikan masukan bagi pengembangan strategi kepemimpinan CV. Sinar Bintang Niaga. Kerangka berpikir dalam penelitian ini disajikan pada Gambar 2.1.



Gambar 2.1
Kerangka Berpikir

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mengungkapkan informasi kualitatif sehingga lebih menekankan pada masalah proses dan makna dengan mendeskripsikan suatu masalah (Sugiyono, 2021). Sehingga penulis lebih mudah untuk mendapatkan data yang objektif dalam rangka mengetahui serta memahami analisis kepemimpinan CV. Sinar Bintang Niaga.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di CV. Sinar Bintang Niaga Jambu, Kabupaten Semarang, Provinsi Jawa Tengah. Pemilihan tempat dilakukan dengan pertimbangan bahwa daerah tersebut memiliki perubahan penjualan sejak terjadinya COVID-19 sampai tahun 2024.

C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini merujuk pada keseluruhan individu atau kelompok yang memiliki karakteristik tertentu yang relevan dengan topik penelitian. Menurut Sugiyono (2021) , populasi adalah wilayah secara umum yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti. Dalam konteks penelitian ini, populasi yang diteliti adalah seluruh

karyawan yang bekerja di CV. Sinar Bintang Niaga, termasuk pemilik, manajer, pimpinan produksi, dan karyawan pengrajin. Populasi ini dipilih karena mereka memiliki pengalaman langsung dan pengetahuan yang relevan mengenai strategi di perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, maka jumlah populasi dalam penelitian ini ialah sebanyak 70 orang.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil untuk dijadikan objek penelitian. Menurut Arikunto (2019), sampel adalah sebagian dari populasi yang diambil dengan cara tertentu untuk mewakili keseluruhan populasi. Dalam penelitian ini, sampel diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan yang dianggap memiliki pengetahuan mendalam tentang topik yang diteliti. Sampel yang diambil terdiri pemilik perusahaan, *general manager* pemasaran, pimpinan produksi, karyawan pengrajin kuningan, admin perusahaan, pimpinan perusahaan pesaing, pimpinan produksi pesaing. Dengan menggunakan sampel ini, diharapkan dapat diperoleh informasi yang komprehensif mengenai strategi kepemimpinan yang diterapkan di CV. Sinar Bintang Niaga.

Tabel 3.1
Data Populasi dan Sampel

Bagian	Jumlah Populasi	Jumlah Sampel
Pemilik	1	1
General Manager Pemasaran	2	1
Staff Admin keuangan	2	1
Pimpinan Produksi	2	1
Karyawan Pengrajin	63	1
Pelanggan	-	1
Total	70	6

Sumber : Data Diolah Peneliti 2024

3. Teknik pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling, yang merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Menurut Sugiyono (2021), purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan memilih individu yang dianggap paling mengetahui tentang masalah yang diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti memilih informan yang memiliki pengalaman dan pemahaman yang mendalam mengenai strategi di CV. Sinar Bintang Niaga. Dengan demikian, teknik ini diharapkan dapat memberikan data yang valid dan relevan untuk analisis lebih lanjut mengenai strategi kepemimpinan yang diterapkan di perusahaan.

D. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan yaitu studi kasus. Metode studi kasus adalah metode penelitian kualitatif yang digunakan untuk mempelajari suatu kasus atau situasi tertentu secara

mendalam dan detail. Metode ini melibatkan pengumpulan data dari berbagai sumber seperti wawancara, observasi dan analisis dokumen. Data yang terkumpul kemudian dianalisis untuk menggambarkan secara rinci kasus yang diteliti (Fitrah & Luthfiyah, 2017). Data yang dibutuhkan pada penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung di lapangan melalui wawancara. Dalam hal ini data yang diperoleh secara langsung dari wawancara dengan *informan*, terkait dengan analisis kepemimpinan CV. Sinar Bintang Niaga. Menurut Sugiyono (2021), data primer memberikan keunggulan dalam keakuratan dan relevansi. Ini dikarenakan informasi didapatkan langsung dari sumber yang telah memiliki pengalaman serta pengetahuan mendalam tentang masalah yang diteliti. Dengan menggunakan data primer, maka peneliti mampu menggali informasi lebih detail mengenai tantangan dan peluang yang dihadapi oleh perusahaan dalam meningkatkan volume penjualan melalui kepemimpinan yang efektif.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari sumber yang telah ada yang tidak dikumpulkan langsung oleh peneliti. Data sekunder dalam penelitian ini mencakup dokumen perusahaan, laporan tahunan, data penjualan, serta literatur yang relevan dengan topik penelitian. Sumber data sekunder dapat berupa artikel ilmiah, buku, dan laporan penelitian

sebelumnya yang membahas tentang kepemimpinan dan volume penjualan. Menurut Arikunto (2019), data sekunder sangat berguna untuk memperkaya informasi yang diperoleh dari data primer. Data sekunder dapat dimanfaatkan untuk membandingkan temuan dari wawancara dengan informasi yang sudah ada, sehingga dapat menghasilkan analisis yang lebih komprehensif dan mendalam.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Observasi, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat setiap gejala atau fenomena yang diteliti di lokasi penelitian. Observasi yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu mengamati kondisi terkini terhadap kepemimpinan CV. Sinar Bintang Niaga.
2. Wawancara yaitu teknik pengumpulan data dengan cara melakukan tanya-jawab langsung antara peneliti dengan informan secara mendalam tentang topik yang diangkat dalam penelitian. Hasil wawancara akan digunakan untuk mengetahui apa saja yang menjadi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman) pada CV. Sinar Bintang Niaga. Beberapa informan menurut Suyatno (2015) yaitu:

a. Informan Kunci

Menurut Suyatno (2015) Informan kunci merupakan individu yang memiliki pengetahuan tentang informasi pokok yang diperlukan pada penelitian. Mereka sering kali memiliki akses ke informasi yang tidak tersedia untuk orang lain dalam organisasi. Pada penelitian ini Direktur perusahaan merupakan informan kunci karena memiliki informasi pokok yang relevan dan diperlukan pada penelitian. Sebagai pemimpin tertinggi di perusahaan, direktur memiliki pandangan strategis tentang visi, misi, dan tujuan perusahaan. Ia juga terlibat dalam pengambilan keputusan penting yang mempengaruhi strategi kepemimpinan. Wawancara dengan direktur akan memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana kepemimpinan diterapkan di tingkat manajerial dan bagaimana hal itu berdampak pada volume penjualan.

b. Informan Utama

Informan utama menurut Suyatno (2015) merupakan mereka yang terlibat langsung dalam operasional dan implementasi strategi yang ditetapkan oleh informan kunci. Mereka memiliki pengalaman sehari-hari yang relevan dengan topik penelitian dan dapat memberikan perspektif yang lebih mendalam. Informan utama pada penelitian ini yaitu :

1) General Manager Pemasaran

General Manager bertanggung jawab untuk mengimplementasikan strategi yang ditetapkan oleh direktur. Mereka memahami dengan baik bagaimana kepemimpinan mempengaruhi karyawan dilapangan.

2) Pimpinan Produksi

Pimpinan produksi berperan penting dalam mengelola tim produksi serta memastikan proses produksi berjalan dengan efisien.

c. Informan Tambahan

Menurut Suyatno (2015) mereka yang dapat memberikan informasi walaupun tidak secara langsung terlibat dalam interaksi sosial yang diteliti. Informan tambahan dalam penelitian ini diantaranya ialah :

1) Karyawan Pengrajin Kuningan

Pihak yang langsung terlibat dalam proses produksi ialah karyawan pengrajin kuningan. Mereka dapat memberikan perspektif soal bagaimana kepemimpinan mempengaruhi motivasi dan kepuasan kerja.

2) Staff Administrasi perusahaan

Staff administrasi perusahaan mengetahui proses administratif dan dukungan yang diberikan kepada

karyawan. Mereka dapat memberikan informasi mengenai kebijakan perusahaan yang diterapkan dan bagaimana hal itu mempengaruhi lingkungan kerja.

3) Pelanggan

Meskipun bukan bagian dari CV Sinar Bintang Niaga, mereka bisa memberikan umpan balik tentang kualitas produk dan layanan, serta mengungkapkan kebutuhan dan harapan mereka. Mereka juga dapat memberikan ide untuk inovasi dan membantu perusahaan memahami tren pasar. Keterlibatan pelanggan memungkinkan perusahaan untuk mengevaluasi kinerja dan menyesuaikan strategi guna meningkatkan kepuasan pelanggan dan volume penjualan.

3. Kuesioner, merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2021). Salah satu metode yang umum digunakan dalam kuesioner adalah skala Likert, yang menyajikan jawaban dalam tingkatan sehingga memudahkan responden memberikan penilaian secara bertingkat dan terstruktur. Dalam penelitian ini, kuesioner dengan skala Likert digunakan untuk mengukur tingkat kepentingan faktor internal dan eksternal dalam suatu usaha. Pengukuran rating dari setiap faktor tersebut dilakukan dengan perhitungan nilai berdasarkan skala Likert yang dimodifikasi. Skala

Likert yang digunakan pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.2
Skala Likert

No	Jawaban	skor
1	Sangat penting	5
2	Penting	4
3	Ragu ragu	3
4	Tidak penting	2
5	Sangat tidak penting	1

Sumber:Ghozali (2011)

4. Dokumentasi, yaitu teknik penumpukan data yang akan digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan informasi. Dokumentasi dilakukan dengan menggunakan media elektronik merekam audio atau video serta foto dengan menggunakan kamera. Arikunto (2019) menyatakan, “Dokumentasi dapat berupa catatan, arsip, laporan, dan dokumentasi lain yang berkaitan dengan objek penelitian. Dengan menggunakan dokumentasi, peneliti dapat memperoleh informasi yang lebih akurat dan mendalam tentang fenomena yang diteliti.”.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan mengatur catatan lapangan, dan bahan-bahan lainnya yang ditemukan di lapangan. Dalam penelitian ini, metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis IFAS, EFAS, dan SWOT.

Metode ini digunakan untuk mengetahui strategi pengembangan melalui analisis SWOT dengan cara menganalisis faktor-faktor eksternal

(peluang dan ancaman) dan faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dengan matriks EFE dan IFE. *Matriks external factor evaluation* (EFE) digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang berupa peluang dan ancaman yang dihadapi. *Matriks internal factor evaluation* (IFE) digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang berupa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki.

Dalam menentukan rating pada setiap kriteria IFAS dan EFAS digunakan skala 1 sampai 5, dimana 1 merupakan skor paling rendah, sedangkan 5 merupakan skor paling tinggi. Apabila skor 4 dan 5 merupakan skor tertinggi untuk kriteria kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*), maka sebaliknya untuk skor 1 dan 2 merupakan skor tertinggi untuk kriteria kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threat*). Aspek yang diukur menggunakan angket sebanyak 5 item dan menurut Pradikta (2013), untuk mengetahui tingkat kekuatan dan kelemahan (IFAS) serta peluang dan ancaman (EFAS) CV. Sinar Bintang Niaga diinterpretasikan menggunakan analisis deskriptif sebagai berikut :

Skor tertinggi (X_t) : 5

Skor terendah (X_r): 1

Persamaan rentang: $R = X_t - X_r$

Lalu dihitung panjang kelas untuk menentukan kriteria kelas. Menurut Pradikta (2013), persamaan panjang kelas interval yaitu:

$$P = \frac{R}{X_t}$$

Dengan panjang kelas 0,8 maka skor terendah, yaitu 1 dan dapat dibuat kriteria sebagai berikut :

Tabel 3.3
Kriteria Kekuatan Kelemahan dan Peluang Ancaman

No	Interval	Kekuatan dan Peluang	Kelemahan dan Ancaman
1	1,00 – 1,80	Sangat rendah	Sangat tinggi
2	1,81 – 2,61	Rendah	Tinggi
3	2,62 -3,42	Cukup rendah	Cukup tinggi
4	3,43 – 4,23	Tinggi	Rendah
5	4,24 – 5,00	Sangat tinggi	Sangat rendah

Sumber :David (2017)

Skoring dan pembobotan dilakukan untuk mendapatkan posisi CV. Sinar Bintang Niaga dalam diagram analisis SWOT. Bobot diperoleh berdasarkan persamaan di bawah ini, sedangkan pemberian rating yang didasarkan pada asumsi peneliti setelah melihat kenyataan di lapangan yang dikaitkan dengan materi penelitian. Sementara skor diperoleh dari perkalian antara rating dan bobot (F. Rangkuti, 2016).

Cara untuk menentukan faktor strategi internal (IFAS) sebagai berikut:

- 1) Tentukan faktor kekuatan/kelemahan
- 2) Selanjutnya Berikan bobot faktor dengan skala 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting) berdasarkan pengaruh strategis kepemimpinan. Menurut Pradikta (2013) bobot didapatkan dengan menggunakan persamaan yaitu:

$$\text{Bobot} = \frac{Mx}{Mt}$$

Mx= mean dari masing-masing faktor kekuatan atau kelemahan

Mt = mean total faktor strategis internal

3) Selanjutnya, rating dihitung untuk masing-masing faktor dengan memberi skala mulai dari 4 (sangat penting) sampai 1 (tidak penting) (F. Rangkuti, 2016). Nilai rating didapatkan dengan melakukan diskusi terstruktur dengan pengelola perusahaan.

4) Total skor didapatkan dengan persamaan:

$$Skor = bobot \times rating$$

Tabel 3.4
Skoring dan Pembobotan Faktor Internal (IFAS)

Faktor-Faktor Internal	Strategi	Bobot	Rating	Nilai Tertimbang (Bobot x Rating)
Kekuatan	Kekuatan 1 Kekuatan 2 Dst	0,0-1,0	1-4	
Kelemahan	Kelemahan 1 Kelemahan 2 Dst	0,0-1,0	1-4	
Total		1,00		

Sumber : Rangkuti (2016)

Cara untuk menentukan faktor strategi eksternal (EFAS) sebagai berikut :

- 1) Faktor peluang/ancaman dimasukkan pada kolom 1 sebanyak 3 sampai 10 faktor
- 2) Pada kolom 2 diberikan bobot faktor dengan skala 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting) berdasarkan pengaruh strategis kepemimpinan. Menurut Pradikta (2013) bobot didapatkan dengan menggunakan persamaan yaitu:

$$Bobot = \frac{Mx}{Mt}$$

Mx= mean dari masing-masing faktor kekuatan atau kelemahan

Mt = mean total faktor strategis internal.

3) Selanjutnya, rating dihitung pada kolom 3 untuk masing-masing faktor dengan memberi skala mulai dari 5 (sangat penting) sampai 1 (tidak penting) (F. Rangkuti, 2016). Nilai rating didapatkan dengan melakukan diskusi terstruktur dengan pengelola perusahaan.

4) Skor pada kolom 4 didapatkan dengan persamaan :

$$\text{Skor} = \text{bobot} \times \text{rating}$$

Bentuk skoring dan pembobotan faktor eksternal dapat dilihat pada

Tabel 3.5

Tabel 3.5
Skoring dan Pembobotan Faktor Eksternal (EFAS)

Faktor-Faktor Eksternal	Strategi	Bobot	Rating	Nilai Tertimbang (Bobot x Rating)
Peluang	Peluang 1 Peluang 2 Dst	0,0-1,0	1-4	
Ancaman	Ancaman 1 Ancaman 2 Dst	0,0-1,0	1-4	
Total		1,00		

Sumber : Rangkuti (2016)

Dasar analisis ini merupakan logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang yang ada (*Opportunities*) serta dapat memaksimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*) (Mashuri & Nurjannah, 2020). Bentuk dari model data lebih bersifat naratif dengan menggunakan matriks SWOT. Matriks SWOT merupakan alat yang dipakai untuk menyusun strategi serta arah

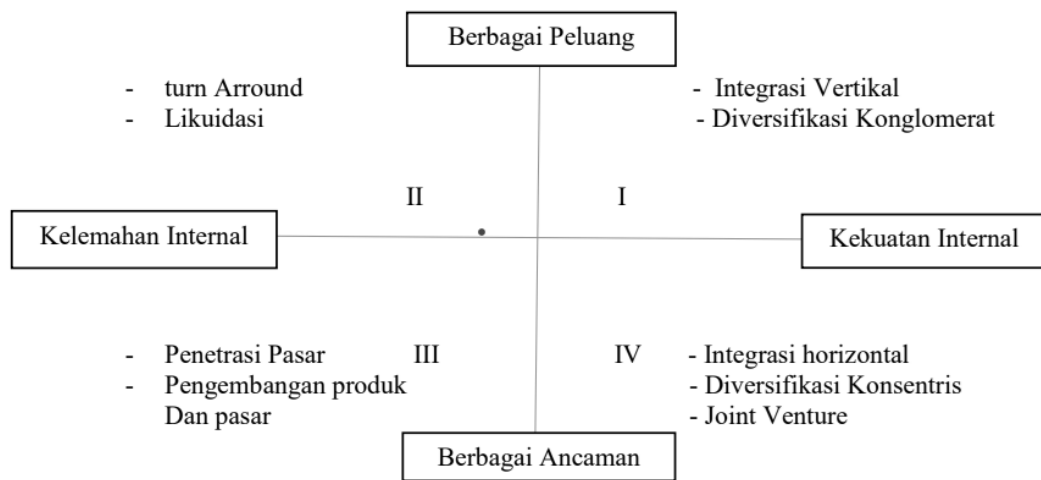
kepemimpinan CV. Sinar Bintang Niaga. Matriks SWOT ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi sehingga dapat disesuaikan dengan kekuatan serta kelemahan yang dimiliki Perusahaan.

Tabel 3.6
Matriks SWOT

Faktor Internal Faktor Eksternal	Kekuatan (<i>Strengths</i>)	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)
Peluang (<i>Opportunities</i>)	Strategi SO	Strategi WO
Ancaman (<i>Threats</i>)	Strategi ST	Strategi WT

Sumber : Kurniati (2019)

Berdasarkan Tabel 3.6 di atas dapat dijelaskan bahwa strategi SO memanfaatkan kekuatan atau potensi yang dimiliki CV. Sinar Bintang Niaga untuk mengambil keuntungan dari peluang yang ada. Strategi WO merupakan cara mengatasi kelemahan yang mencegah keuntungan CV. Sinar Bintang Niaga dengan memanfaatkan peluang yang ada. Strategi ST adalah memanfaatkan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk menghindari ancaman yang ada, dan strategi WT merupakan cara mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman.



Gambar 3.1.
Kuadaran SWOT

Kuadran I merupakan kondisi di mana perusahaan mempunyai peluang dan kekuatan internal yang memiliki fungsi menangkap peluang eksternal. Strategi yang digunakan dalam kuadran I ini adalah strategi kerjasama melalui integrasi vertikal dan strategi ekspansi pasar melalui diversifikasi konglomerat. Integrasi memiliki arti menggabungkan kegiatan yang berkaitan dengan aktivitas perusahaan sekarang seperti kombinasi dapat dilakukan atas dasar hubungan vertikal dalam rantai nilai. Diversifikasi konglomerat memiliki arti ketika sebuah perusahaan mengadopsi strategi yang membutuhkan mengambil kegiatan-kegiatan yang tidak berhubungan dengan definisi bisnis yang ada dari setiap bisnis, baik dalam hal grup pelanggan, fungsi pelanggan atau teknologi alternatif.

Kuadran II merupakan kondisi dimana perusahaan mempunyai banyak peluang namun mempunyai banyak kelemahan pada sumberdaya internal untuk digunakan dalam menangkap peluang eksternal tersebut. Strategi yang tepat untuk kuadran II adalah turn around dan likuidasi. Strategi turn around memiliki arti

mengkorvensi kerugian unit menjadi keuntungan. Strategi likuidasi memiliki arti organisasi mengabil keputusan untuk menjual seluruh bisnisnya dan dana, sehingga menyadari dapat diinvestasikan dalam beberapa bisnis lainnya.

Kuadran III merupakan kondisi dimana perusahaan mempunyai banyak ancaman namun juga memiliki banyak kelemahan pada sumberdaya internal. Strategi yang tepat untuk kuadran III adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk dan pasar. Strategi pasar memiliki arti berusaha meningkatkan pangsa pasar untuk produk atau jasa melalui upaya aktivitas pemasaran yang lebih besar. Pengembang produk memiliki arti strategi yang berupaya meningkatkan penjualan dengan memperbiki atau memodifikasi produk atau jasa yang telah ada. Pengembang pasar memiliki arti meibatkan kegiatan-kegiatan untuk memperkenalkan produk atau jasa ke wilayah geografis baru.

Kuadran IV merupakan kondisi dimana perusahaan mempunyai banyak ancaman daripada peluang, namun mempunyai banyak kekuatan pada sumberdaya internal. Strategi yang tepat untuk kuadran IV adalah integrasi horisontal, diversifikasi konsentris, dan *joint venture*. Intergrasi horisontal memiliki arti kerjasama dengan pesaing dalam industri yang sama, melayani pasar yang sama dan pelanggan melalui produk yang sudah ada, dengan sarana teknologi yang sama. Diversifikasi konsentris memiliki arti ketika sebuah perusahaan membutuhkan suatu kegiatan sedemikian rupa dan berhubungan dengan definisi bisnis yang ada dari satu atau lebih dari bisnis perusahaan. Join venture memiliki arti jenis kemitraan dimana dua atau lebih perusahaan bersama-sama dan membentuk unit bisnis baru untuk mencapai tujuan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum CV. Sinar Bintang Niaga

1. Sejarah Singkat CV. Sinar Bintang Niaga

Robin memiliki pengalaman bekerja di bidang pemasaran selama empat tahun di perusahaan milik Pak Syekh Puji, serta menjabat sebagai manajer di perusahaan pamannya. Pendirian CV Sinar Bintang Niaga dilatarbelakangi oleh keinginan Pak Robin untuk memberdayakan sumber daya manusia di daerah tersebut. Dengan mayoritas masyarakat yang memiliki pendidikan hingga tingkat SMP, beliau bertekad untuk menciptakan lapangan kerja yang dapat membantu mereka memenuhi kebutuhan hidup. Pak Robin menyatakan, “Jika saya dapat mempekerjakan 100 orang, maka 100 orang tersebut dapat mencukupi kebutuhan 400 orang.”

Pada awalnya, CV Sinar Bintang Niaga fokus pada pemasaran produk kaligrafi yang diperoleh dari pihak lain. Pemasaran dilakukan secara langsung dengan tim kecil yang menjangkau wilayah Cirebon. Seiring berjalannya waktu, perusahaan memperluas jangkauan pemasaran ke DKI Jakarta dengan membentuk dua tim yang masing-masing terdiri dari lima orang. Meskipun mengalami kemajuan yang baik dalam tiga tahun pertama, perusahaan menghadapi tantangan di tahun-tahun berikutnya yang menyebabkan penurunan.

Namun, dengan tekad dan strategi baru, Pak Robin berhasil mengubah arah perusahaan. Setelah tujuh tahun beroperasi, CV Sinar Bintang Niaga mulai memproduksi kaligrafi sendiri dan mengalami perkembangan yang pesat. Perusahaan ini tidak hanya berhasil meningkatkan produksi, tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar dengan membuka lebih banyak lapangan pekerjaan.

Saat ini, CV Sinar Bintang Niaga tidak hanya memasarkan produk melalui penjualan langsung, tetapi juga telah menjalin kerjasama dengan beberapa *showroom* dan galeri, serta memanfaatkan platform online dan media sosial untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Dengan demikian, perusahaan ini telah menciptakan basis pelanggan yang setia dan terus berkembang hingga saat ini.

2. Visi Misi

a. Visi

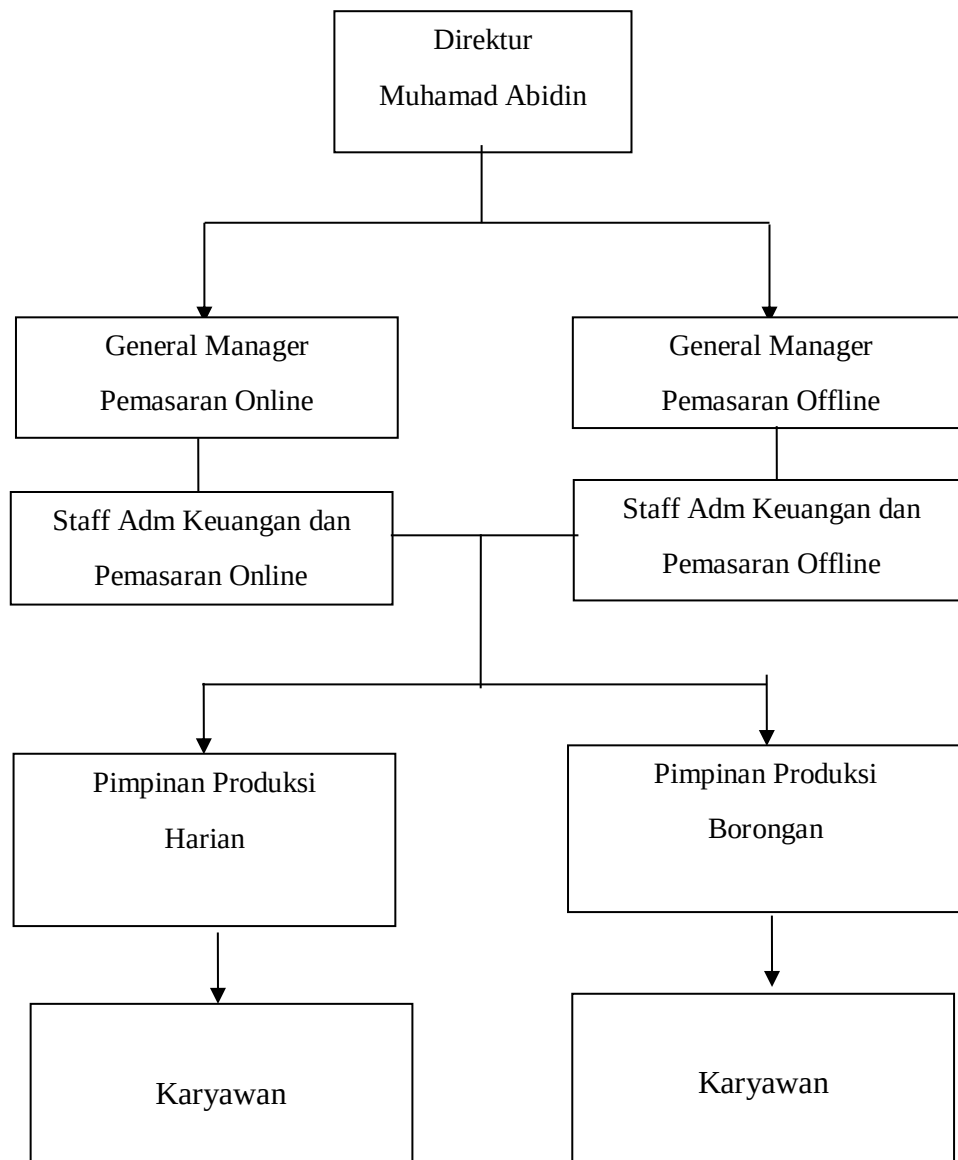
- 1) Menjadi perusahaan yang memperhatikan standar kualitas.
- 2) Mengutamakan kepuasan pelanggan.
- 3) Memberikan manfaat bagi masyarakat luas.

b. Misi

- 1) Menyediakan pelayanan berkualitas terbaik.
- 2) Menawarkan produk dengan kualitas yang tinggi.
- 3) Menjadi perusahaan yang selalu berinovasi.
- 4) Meningkatkan kualitas sumber daya manusia di perusahaan.

3. Struktur Organisasi

Struktur organisasi dapat diartikan sebagai sebuah sistem atau jaringan kerja yang mencakup tugas-tugas, sistem pelaporan, dan komunikasi yang menghubungkan pekerjaan individu dengan kelompok secara keseluruhan, Struktur organisasi perlu memungkinkan pengambilan keputusan yang efektif, respons yang sesuai terhadap lingkungan, dan penyelesaian konflik antar unit (Wahjono, 2022). Struktur menunjukkan hubungan antara prinsip dasar organisasi, koordinasi antar kegiatan, dan interaksi internal dalam organisasi terkait pelaporan dan penerimaan laporan merupakan tanggung jawab yang dijalankan oleh struktur organisasi. Berikut merupakan struktur organisasi di CV. Sinar Bintang Niaga.



Gambar 4.1
Struktur Organisasi CV. Sinar Bintang Niaga

Sumber : Pemilik CV.Sinar Bintang Niaga

B. Hasil Penelitian

1. Hasil Analisis Lingkungan Internal Eksternal

Analisis SWOT adalah alat yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi secara sistematis berbagai faktor yang memengaruhi suatu organisasi atau bisnis. Tujuan utama analisis ini adalah merumuskan strategi bisnis yang efektif. Dengan pendekatan ini, organisasi dapat memahami posisi pasar mereka dan merencanakan langkah-langkah yang tepat untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Analisis ini mencakup empat elemen utama: kekuatan, peluang, kelemahan, dan ancaman. Dengan menganalisis keempat elemen ini, organisasi dapat mengidentifikasi peluang dan tantangan potensial yang perlu diatasi.

Berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang telah diajukan, maka selanjutnya ditentukan masing-masing faktor yang mempengaruhi kekuatan (*strength*) Perusahaan, kelemahan (*weaknesses*) Perusahaan, Peluang/ (*Opportunity*), Ancaman (*threat*). Proses penentuan faktor dilakukan melalui wawancara mendalam dengan Bapak Robin (Pemilik), Bapak Tomi (*General Manager* Pemasaran), Ibu Putri (Staff Administrasi Keuangan), Bapak Ruri (Pimpinan Produksi), Bapak Topik (Karyawan Pengrajin), Bapak Fauzan (Pemilik Perusahaan Pesaing). Hasilnya tertuang pada tabel berikut:

Tabel 4.1
Tabel Kekuatan dan Kelemahan

Kekuatan / <i>Strength</i> (S)	Kelemahan/ <i>Weakness</i> (W)
Mampu menyelesaikan pesanan dengan tepat waktu	Tidak mendorong karyawan mengikuti pelatihan
Pemimpin mampu menetapkan tujuan sesuai dengan kebutuhan perusahaan	Ketergantungan kepada pemimpin dalam pengambilan keputusan
Perusahaan mampu menerima pesanan khusus dari konsumen	Kurangnya keterampilan menguasai pasar
Secara konsisten mengikuti perkembangan ekonomi untuk menganalisis daya beli konsumen	Keterbatasan karyawan dalam memberikan masukan

Sumber : Data dikelola peneliti tahun 2025

a. Kekuatan

Kekuatan adalah kondisi yang memberikan keunggulan bagi suatu organisasi. Faktor-faktor yang menjadi kekuatan mencerminkan kompetensi khusus atau keunggulan yang ada dalam organisasi tersebut. Elemen-elemen ini menjadi nilai tambah atau keunggulan komparatif bagi organisasi. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, berikut adalah kekuatan yang dimiliki oleh CV. Sinar Bintang Niaga.

1) Mampu menyelesaikan pesanan dengan tepat waktu

CV. Sinar Bintang Niaga telah berhasil mendapatkan respon baik dari pembeli terutama dari pembeli. Produk yang datang tepat waktu akan meningkatkan citra baik pada Perusahaan, sehingga mempermudah Perusahaan mendapatkan mitra baru untuk memperluas penjualan. Hal ini sesuai dengan pernyataan Bapak Robin sebagai Pemilik menjelaskan bahwa: *“Waktu ada pemesanan yang harus dikirim kita harus memastikan dulu mba dengan jadwal*

pemberangkatan kapal yang akan mengirim barang kita. Setelah itu saya buat batas waktu penyelesaian produk. Walaupun pengiriman produk yang masih di wilayah sini juga sama. Harus tetap dipastikan tepat waktu”

Kemudian dari hasil wawancara dengan Bapak Tomi sebagai *General manager* pemasaran menyatakan bahwa: *“Memang respon dari pembelian online maupun offline positif mba terutama dari waktu pengiriman dan keutuhan barang. Saya pantau, kadang ada yang kasih saran. Beberapa pembeli kasih komentar memuaskan di Shopee”*

Kemudian wawancara dengan salah satu pelanggan yaitu Bapak Sabar mengatakan bahwa :

“Saya sebagai pelanggan offline puas karena hasilnya cukup bagus dan selesai tepat waktu sesuai permintaan”

- 2) Pemimpin mampu menetapkan tujuan sesuai dengan kebutuhan perusahaan

Pemilik CV. Sinar Bintang Niaga memiliki tanggung jawab untuk menetapkan tujuan dan keputusan penting untuk memenuhi kebutuhan perusahaan. Ketika penjualan sedang menurun Bapak Robin mengatakan *“Tujuan saya saat ini mencapai keberlanjutan khususnya dari aspek sosial”*. Perusahaan harus memperhatikan dampak sosial dari kegiatan bisnisnya, termasuk kesejahteraan karyawan, hubungan dengan warga sekitar, dan tanggung jawab

terhadap pelanggan. Sesuai dengan wawancara yang telah dilakukan kepada Bapak Topik selaku karyawan kerajinan bahwa:

“Ya walaupun pesanan yang ada ga sebanyak dulu tapi saya salut sama Pak Robin. Karena bisnisnya ini buka lapangan kerja buat lingkungan sekitar makanya beliau tetap berusaha lanjutin bisnisnya”.

Dan juga sesuai dengan hasil wawancara dengan Pimpinan Produksi yaitu Pak Ruri bahwa:

“Betul memang beliau pernah bilang, walaupun pendapatan masih menurun tapi beliau selalu ngingetin kalau tujuan dia masih berbisnis buat kebutuhan kita karyawannya. Saya sih setuju ya, karena sebagai warga sini, saya jadi merasa terbantu dan termotivasi”

3) Perusahaan mampu menerima pesanan khusus dari konsumen

CV. Sinar Bintang Niaga mampu menerima pesanan dari konsumen yang memiliki permintaan khusus. Meskipun harganya akan lebih mahal, karena tingkat kesulitan dalam proses pembuatan dan membutuhkan waktu yang lebih lama.

Sesuai dengan wawancara yang telah dilakukan kepada Bapak Ruri selaku Pimpinan Produksi bahwa:

“Kadang ada konsumen yang punya request. Kita selalu terima mba, tapi lebih mahal dari produk katalog. ya ada harga ada rupa mba”

Dan juga sesuai dengan hasil wawancara dengan *General Manager*

Pemasaran yaitu Pak Tomi bahwa:

“Kita selain ngasih pilihan produk, boleh juga kalo ada yang mau request mba”.

Kemudian hasil wawancara dengan salah satu pelanggan yaitu Pak Sabar mengatakan bahwa

“Kebetulan saya pernah pesan yang ngga ada di katalog, saya pengen yang khas aja”

- 4) Secara konsisten mengikuti perkembangan ekonomi untuk menganalisis daya beli konsumen

Pemilik CV Sinar Bintang Niaga mengumpulkan informasi perkembangan ekonomi di beberapa wilayah lalu menganalisis mana wilayah yang daya beli nya sedang meningkat. Jika daya beli suatu wilayah sedang buruk seperti gagal panen, maka Pemilik akan kesulitan memasarkan produknya. Hal ini sesuai dengan wawancara dengan Pak Robin selaku Pemilik yaitu:

“Saya selalu mba ngikutin, ohh wilayah A misal kondisinya gimana. Misal wilayah Gorontalo, mereka kan mayoritas pendapatan mereka dari hasil tani. Kalau hasil panennya lagi jelek, biasanya ngga saya prioritaskan buat pemasaran. Atau misal lagi banyak kasus judi online di wilayah B, itu juga jadi turun mba daya beli masyarakatnya. Pokoknya harus saya ikutin terus perkembangan ekonomi nya”

b. Kelemahan

Kelemahan adalah kondisi atau faktor-faktor yang menjadi kekurangan dalam suatu organisasi. Secara alami, kelemahan merupakan hal yang umum terjadi dalam setiap organisasi. Namun, yang paling penting adalah bagaimana organisasi tersebut mengembangkan kebijakan untuk mengurangi dampak kelemahan yang ada. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, kelemahan yang dimiliki oleh CV. Sinar Bintang Niaga adalah :

1) Tidak mendorong karyawan mengikuti pelatihan

Karyawan pada CV. Sinar Bintang Niaga memiliki potensi untuk mengembangkan kemampuan kerja mereka. Kemampuan kerja dan Skill yang dilatih akan memberikan dampak baik pada hasil kerja karyawan. Misalnya, kemampuan mengerjakan pesanan lebih cepat atau kemampuan untuk menganalisis dan menguasai pasar. Namun potensi tersebut menjadi terhambat karena perusahaan tidak memberikan pelatihan. Seperti yang disampaikan Pemilik CV. Sinar Bintang Niaga yaitu Pak Robin bahwa:

“Dulu kita sesekali pelatihan, mungkin sekitar 4 tahun yang lalu. Tapi sekarang sudah ga ada pelatihan yang penting mau kerja aja”.

Wawancara dengan *General Manager* Pemasaran yaitu Pak Tomi menyampaikan bahwa:

“Kelemahan kita itu ga ada pelatihan dari pihak luar mba. Cuma ada pembekalan ringan. Saya ngerasa kurang wawasan juga.”

- 2) Ketergantungan kepada pemimpin dalam pengambilan keputusan
Pada CV. Sinar Bintang Niaga semua keputusan diambil oleh pemimpin. Akibatnya karyawan tidak memiliki inisiatif dan tidak berani memberikan masukan.

Sesuai seperti yang disampaikan Pemilik yaitu Pak Robin bahwa:
“Keputusan diambil oleh saya sendiri mba. Kadang memang ada diskusi sama evaluasi. Kalau dibidang keputusan ini dipengaruhi sama masukan dan saran dari karyawan sih engga. Karena diskusi itu, kita cuma sekedar tukeran informasi yang udah ada, bukan bertukar pendapat. Saya sering juga bikin keputusan tanpa diskusi dari karyawan. Karena bagi saya dibutuhin wawasan sama pengalaman yang lebih juga buat kasih masukan”

Kemudian hasil wawancara dengan Pak Ruri selaku Pimpinan produksi bahwa :

“Saya kadang mau kasih saran atau masukan, cuman karena sering ga dipake. Jadi ngikutin arahan dari Pak Robin aja. Ada sih kebebasan, pokoknya bebas dari cara kita buat ngerjain arahan atau tugas dari Pak Robin itu gimana yang penting jadi. Ya itu bisa jadi kelemahan kita semua kadang karena ada keputusan cepet yang tanpa diskusi gitu lho mba, jadinya kita sebagai karyawan ga berani ngasih pendapat sama kurang

dihargai”

3) Kurangnya keterampilan menguasai pasar

CV. Sinar Bintang Niaga belum menguasai pasar karena produk yang ditawarkan tidak berbeda jauh dengan produk pesaing. Sesuai dengan yang disampaikan *General Manager* Pemasaran bahwa:

“kami sering ngerasa bahwa produk yang kami tawarin ngga terlalu berbeda dari pesaing. Kami tahu kalau, ada banyak produk serupa di luar sana. Tapi disisi lain produk kami kaya ngga punya keunggulan yang jelas buat bersaing”

Kemudian wawancara dengan Pak Robin selaku Pemilik mengatakan bahwa:

“Agak sulit kalau mau menguasai pasar. Saingan pasar nya berat mba. apalagi sekarang ada produk impor . Misalnya dari Turki dan dari harganya juga lebih kompetitif”

4) Keterbatasan karyawan dalam memberikan masukan.

Sebuah Perusahaan membutuhkan adanya inovasi. Ketika perusahaan mendorong karyawan untuk memberikan masukan dan ide, hal ini menciptakan budaya inovasi yang positif. Karyawan merasa dihargai dan termotivasi untuk berkontribusi, yang dapat meningkatkan semangat tim dan kolaborasi.

CV. Sinar Bintang Niaga memiliki kelemahan, yaitu kurangnya masukan yang berkualitas dari karyawan, dikarenakan kurangnya

dorongan dari Pemimpin untuk memberikan pendapat. Hal ini kemudian membuat karyawan menjadi tidak dihargai.

Sesuai yang disampaikan oleh Pimpinan Produksi bahwa :

“Wah masukan dari karyawan di CV. ini memang kurang sekali mba. Kadang yang sudah memberikan masukan. Tapi karena kaya engga begitu didengar. Ya akhirnya beberapa karyawan lain seperti saya jadi hampir engga pernah ngasih masukan lagi. Daripada masukan dari saya engga dihargain”

Tabel 4.2
Tabel Peluang Dan Ancaman

Peluang / <i>Opportunity</i>	Ancaman / <i>Threat</i>
Komunikasi terbuka dengan karyawan untuk meningkatkan motivasi	<i>Reward</i> yang tidak sesuai dengan beban kerja yang diberikan membuat semangat kerja menurun
Pembagian tugas yang merata dapat mengurangi stress kerja karyawan	Penurunan mutu kerja akibat kurangnya pengembangan kemampuan karyawan
Peningkatan mitra reseller sehingga memperluas jangkauan pasar	Kemampuan kerja yang menurun dapat memperlambat pengiriman produk
Penilaian positif dari pelanggan meningkatkan citra baik perusahaan	Kurangnya keterlibatan karyawan membuat kurangnya inovasi

Sumber : Data dikelola peneliti tahun 2025

c. Peluang

Peluang adalah kondisi di luar organisasi yang menguntungkan dan bisa membantu perusahaan untuk berkembang. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, kekuatan yang dimiliki oleh CV. Sinar Bintang Niaga

adalah :

- 1) Komunikasi terbuka dengan karyawan untuk meningkatkan motivasi

Peluang yang dimiliki

CV. Sinar Bintang Niaga memiliki peluang untuk meningkatkan motivasi dengan meningkatkan komunikasi yang terbuka dengan karyawan. Komunikasi terbuka yang dimaksud adalah ketika Pemimpin mengajak karyawannya untuk bebas menyampaikan saran dan pendapat. Hal ini seperti yang disampaikan oleh Karyawan produksi yaitu Pak Topik :

“Saya itu merasa lebih kaya mitra kerja kadang kalau sama Pak Robin, misal beliau lagi keliling liat-liat bagian produksi terus nanya-nanya soal produksi minggu ini gimana, ada saran apa. Kalau sekarang memang sudah jarang sekali Pak Robin seperti itu, turun ke bagian produksi. Kayaknya hampir ngga pernah. Padahal saya jadi lebih dilihat dan termotivasi”

- 2) Pembagian tugas yang merata dapat mengurangi stress kerja karyawan

Pembagian tugas oleh pemilik CV. Sinar Bintang Niaga saat ini tidak merata. Hal ini dikarenakan Pemimpin menyesuaikan, mana karyawan yang kuat menerima beban kerja lebih tinggi dan mana yang tidak bisa menerima beban kerja terlalu tinggi. Hal ini dibenarkan oleh Pemilik yaitu Pak Robin selama wawancara :

“Saya biasanya diperhatikan dulu mba, coba dulu karyawan ini mampu ngga buat ngerjain tugas ini. Kalau dia mampu saya beri lagi tugas yang levelnya lebih sulit buat ngukur seberapa jauh kemampuan dia buat ngerjain tugas. Kalau sudah, saya sesuaikan tugasnya antara yang kuat menyelesaikan tugas tugas sulit dan yang tidak”.

Padahal jika perusahaan memberikan tugas yang lebih merata, karyawan akan lebih produktif karena stress kerja yang menurun. Hasil wawancara dengan *General Manager* Pemasaran mengatakan bahwa :

“Saya kan General manager pemasaran, tapi tugas saya itu bisa double-double. Jadi ngga ngerjain bagian pemasaran aja. Sering juga harus ngurus bagian produksi, turun tangan. Stress kerja itu pasti, karena tugasnya jadi banyak yang harus diselesaikan. Padahal itu bukan bagian saya.”

- 3) Peningkatan mitra reseller sehingga memperluas jangkauan pasar
- Selama pandemi covid, penjualan CV. Sinar Bintang Niaga menjadi menurun. Pendapatan perusahaan juga semakin menipis. Oleh karena itu, Pemilik memutuskan untuk berusaha meningkatkan jangkauan pemasaran, salah satunya dengan menambah jumlah mitra di berbagai wilayah. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Pemilik yaitu Pak Robin :

“Waktu penurunan penjualan, saya pokoknya mikir gimana

caranya penjualan ini yang penting harus tetap berlanjut dulu. Syukur-syukur kalau meningkat hasil penjualannya. Jadi saya coba memperluas pasar saya. Bukan cuma mitra di kota besar, saya tambah beberapa mitra di kota-kota kecil". Peningkatan jumlah mitra ini menandakan bahwa CV. Sinar Bintang Niaga mampu mendapatkan kepercayaan dari para mitra nya. Dengan adanya peningkatan jumlah mitra, tentu saja produk akan lebih memiliki peluang dalam menjangkau konsumen baik di kota besar maupun kota kecil.

- 4) Penilaian positif dari pelanggan dapat meningkatkan citra baik perusahaan

Penilaian yang positif dari pelanggan menunjukkan perusahaan mampu memberikan kepuasan kepada konsumen melalui produk yang mereka jual. Tingkat kepuasan yang tinggi akan membangun citra yang baik pada perusahaan sehingga loyalitas pelanggan menjadi meningkat dan konsumen akan merekomendasikan produk yang mereka anggap baik kepada orang lain. Wawancara dengan salah satu pelanggan bernama Pak Sabar menyatakan bahwa:

"Saya sebagai pelanggan offline puas karena hasilnya cukup bagus dan selesai tepat waktu"

Selain itu Pak Sabar juga mengatakan bahwa:

"Kenapa saya mau merekomendasikan, ya karena saya ibaratnya

sudah tau seberapa bagus kualitas nya. Dari segi estetika dan desain itu yaaa ada keindahannya gitu mba”

d. Ancaman

- 1) *Reward* yang tidak sesuai dengan beban kerja yang diberikan membuat semangat kerja menurun

Pemimpin CV. Sinar Bintang Niaga memberikan *reward* berupa bonus akhir tahun dan tunjangan hari raya kepada karyawan yang dia anggap menyelesaikan tugas dengan baik. Namun, ada juga bonus lain yang Pemilik berikan kepada karyawan berupa sembako dan uang. Bonus ini diberikan kepada karyawan yang Pemilik anggap lebih membutuhkan. Di satu sisi, pemberian bonus sembako ini bisa meningkatkan komitmen dan motivasi karyawan terhadap perusahaan. Di sisi lain, ada karyawan lain yang merasa tidak adil karena beban kerja yang di terima sama.

Hal ini dibenarkan oleh hasil wawancara dengan Pak Robin selaku pemilik :

“Reward disini pasti ada. Kalau saya liat oh ini karyawan tahun ini kerjanya bagus pasti saya berikan bonus. Di sini bonus nya berupa uang. Ada juga Tunjangan Hari Raya. Kalau ada karyawan yang saya rasa lebih membutuhkan saya berikan bonus juga berupa sembako dan uang yang nominalnya tidak bisa saya sebut”

Kemudian hasil dari wawancara dengan karyawan pengrajin mengatakan bahwa :

“Dari saya sebenarnya ya ada perasaan kurang adil. Soalnya beban kerja kita kan sama tapi dia dapat bonus lebih banyak dari saya. Saya kerjanya bisa jadi ngga sepenuh hati. Ga terlalu semangat”.

- 2) Penurunan mutu kerja akibat kurangnya pengembangan kemampuan karyawan

Kurangnya pengembangan kemampuan dari karyawan dapat menjadi ancaman karena dapat berdampak pada mutu kerja yang menurun. Sesuai hasil wawancara dengan Staff administrasi keuangan.

“Sebagai staff admin kan ada tuntutan mengolah data cepat. Menurut saya pengembangan kemampuan itu perlu, soalnya ada data-data yang bagi saya cukup rumit buat diolah. Kalau ngga ada pengembangan ya khawatirnya kualitas mutu kerja saya seiring waktu jadi turun.”

- 3) Kemampuan kerja yang menurun dapat memperlambat pengiriman produk

CV. Sinar Bintang Niaga menerima pesanan dengan permintaan khusus dari pelanggan. Meskipun karyawan produksi mampu untuk mengerjakannya, namun karyawan mengaku kesulitan dengan pesanan yang rumit. Kemampuan karyawan pengrajin dalam menyelesaikan produk pesanan khusus ini menurun karena mereka tidak terbiasa menerima pesanan produk yang standarnya lebih tinggi.

Hal ini sesuai dengan yang disampaikan Pimpinan Produksi :

“karyawan pengrajin itu jujur sudah biasa dengan produk katalog

yang disediakan perusahaan karena standarnya kan hampir sama proses pembuatannya. Beda kalau ada permintaan khusus. Itu lebih susah. Ga terbiasa kita.”

Sedangkan wawancara dari staff administrasi keuangan mengatakan bahwa :

“Betul, pesanan khusus itu kadang ada yang masuk. Yang ditakutkan itu karena karyawan ini kemampuannya masih kurang untuk pesanan khusus. Jadinya pengiriman terancam ada keterlambatan”

4) Kurangnya keterlibatan karyawan membuat kurangnya inovasi

Salah satu ancaman bagi perusahaan ketika perusahaan kurang inovasi khususnya di bidang teknologi dikarenakan kurangnya keterlibatan dari karyawan.

Wawancara dengan Staff administrasi keuangan mengatakan bahwa :

“Ngasih masukan ke pemilik sekarang memang agak sulit. Apalagi kalau pemilik nganggep masukan ini kurang penting. Saya ngasih masukan supaya proses administrasi ini dibuat efisien. Contohnya beberapa data hasil penjualan mingguan langsung dimasukan komputer gitu biar saya cepat dan aman. Tapi beliau kayaknya ngga terlalu mempertimbangkan, jadi sampai sekarang beberapa data penjualan ada yang dibuku. Jadi ya saya susah kalau mau kasih masukan lain yang mungkin bisa mempermudah”.

1. Analisis SWOT

a. Perhitungan Bobot Faktor Internal

Tabel 4.3
Bobot Faktor Internal CV. Sinar Bintang Niaga

No	Faktor Internal Perusahaan	Skor						
	Kekuatan	NS1	NS2	NS3	NS4	NS5	Jumlah	Bobot
1	Mampu menyelesaikan pesanan dengan tepat waktu	5	4	5	5	5	24	0,137931034
2	Pemimpin mampu menetapkan tujuan sesuai dengan kebutuhan	5	4	5	5	5	24	0,137931034
3	Perusahaan mampu menerima pesanan khusus dari konsumen	4	3	4	5	5	21	0,120689655
4	Secara konsisten mengikuti perkembangan ekonomi untuk menganalisis daya	4	4	4	5	5	22	0,126436782
	Kelemahan							
1	Tidak mendorong karyawan mengikuti pelatihan	4	2	4	5	5	20	0,114942529
2	Ketergantungan kepada pemimpin dalam pengambilan keputusan	4	4	5	5	5	23	0,132183908
3	Kurangnya keterampilan menguasai pasar	4	2	4	5	5	20	0,114942529
4	Kurangnya masukan yang berkualitas dari karyawan	4	2	4	5	5	20	0,114942529
	TOTAL						174	1

Sumber: Data dikelola peneliti tahun 2025

b. Perhitungan Peringkat Faktor Internal

Tabel 4.4
Peringkat Faktor Internal CV. Sinar Bintang Niaga

No	Faktor Internal Perusahaan	Skor					Jumlah	Peringkat
	Kekuatan	NS1	NS2	NS3	NS4	NS5		
1	Mampu menyelesaikan pesanan dengan tepat waktu	4	4	4	4	4	20	4
2	Pemimpin mampu menetapkan tujuan sesuai dengan kebutuhan perusahaan	4	4	4	4	3	19	3,8
3	Perusahaan mampu menerima pesanan khusus dari konsumen	4	3	4	4	3	18	3,6
4	Secara konsisten mengikuti perkembangan ekonomi untuk menganalisis daya beli konsumen	4	4	4	4	4	20	4
	Kelemahan							
1	Tidak mendorong karyawan mengikuti pelatihan	1	2	1	1	1	6	1,2
2	Ketergantungan kepada pemimpin dalam pengambilan keputusan	1	2	1	1	1	6	1,2
3	Kurangnya keterampilan menguasai pasar	1	2	1	1	2	7	1,4
4	Kurangnya masukan yang berkualitas dari karyawan	1	2	1	1	2	7	1,4

Sumber: Data dikelola peneliti tahun 2025

c. Matrik IFE CV Sinar Bintang Niaga

Tabel 4.5
Matriks IFE CV. Sinar Bintang Niaga

Faktor Kekuatan				
Kekuatan		Bobot	Peringkat	Skor Tertimbang
1	Mampu menyelesaikan pesanan dengan tepat waktu	0,137931034	4	0,551724136
2	Pemimpin mampu menetapkan tujuan sesuai dengan kebutuhan perusahaan	0,137931034	3,8	0,524137929
3	Perusahaan mampu menerima pesanan khusus dari konsumen	0,120689655	3,6	0,434482758
4	Secara konsisten mengikuti perkembangan ekonomi untuk menganalisis daya beli konsumen	0,126436782	4	0,505747128
Total				2,016091951
Kelemahan		Bobot	Peringkat	Skor Tertimbang
1	Tidak mendorong karyawan mengikuti pelatihan	0,114942529	1,2	0,137931035
2	Ketergantungan kepada pemimpin dalam pengambilan keputusan	0,132183908	1,2	0,15862069
3	Kurangnya keterampilan menguasai pasar	0,114942529	1,4	0,160919541
4	Kurangnya masukan yang berkualitas dari karyawan	0,114942529	1,4	0,160919541
Total		1		0,618390806

Sumber: Data dikelola peneliti tahun 2025

Berdasarkan analisis tabel yang disajikan, nilai skor tertimbang kekuatan yang diperoleh adalah 2,016091951. Angka skor tersebut kemudian dibulatkan menjadi 2 untuk mempermudah perhitungan

analisis SWOT. Sedangkan nilai skor tertimbang kelemahan yang diperoleh adalah 0,618390806. Angka tersebut lalu dibulatkan menjadi 0,62.

d. Perhitungan Bobot Faktor Eksternal

Tabel 4.6
Bobot Faktor Eksternal CV. Sinar Bintang Niaga

No	Faktor Eksternal Perusahaan	Skor					Jumlah	Bobot
Peluang		NS1	NS2	NS3	NS4	NS5		
1	Komunikasi terbuka dengan karyawan meningkatkan motivasi	4	4	5	5	4	22	0,122905028
2	Pembagian tugas yang merata dapat mengurangi stress kerja karyawan	4	5	4	5	4	22	0,122905028
3	Peningkatan mitra reseller sehingga memperluas jangkauan pasar	4	5	5	5	5	24	0,134078212
4	Penilaian positif dari pelanggan meningkatkan citra perusahaan	5	4	5	5	5	24	0,134078212
Ancaman								
1	Reward yang tidak sesuai dengan beban kerja yang diberikan membuat semangat kerja menurun	4	3	4	5	5	21	0,117318436
2	Penurunan mutu kerja akibat kurangnya pengembangan kemampuan karyawan	5	3	4	5	4	21	0,117318436
3	Kemampuan kerja yang menurun dapat memperlambat pengiriman produk	5	4	5	5	5	24	0,134078212
4	Kurangnya keterlibatan karyawan membuat kurangnya inovasi	4	4	4	5	4	21	0,117318436
total							179	1

Sumber: Data dikelola peneliti tahun 2025

e. Perhitungan Peringkat Faktor Eksternal

Tabel 4.7

Peringkat Faktor Eksternal CV. Sinar Bintang Niaga

No	Faktor Eksternal Perusahaan	Skor					jumlah	peringkat
Peluanng		NS1	NS2	NS3	NS4	NS5		
1	Komunikasi terbuka dengan karyawan untuk meningkatkan motivasi	4	3	4	4	4	19	3,8
2	Pembagian tugas yang merata dapat mengurangi stress kerja karyawan	4	3	4	4	4	19	3,8
3	Peningkatan mitra reseller sehingga memperluas jangkauan pasar	4	4	4	4	4	20	4
4	Penilaian positif dari pelanggan meningkatkan citra perusahaan	3	4	4	4	3	18	3,6
Ancaman								
1	Reward yang tidak sesuai dengan beban kerja yang diberikan membuat semangat kerja menurun	1	2	1	1	2	7	1,4
2	Penurunan mutu kerja akibat kurangnya pengembangan kemampuan karyawan	1	2	1	1	1	6	1,2
3	Kemampuan kerja yang menurun dapat memperlambat pengiriman produk	1	1	1	1	1	5	1
4	Kurangnya keterlibatan karyawan membuat kurangnya inovasi	1	1	1	1	1	5	1

Sumber: Data dikelola peneliti tahun 2025

f. Matriks EFE CV. Sinar Bintang Niaga

Tabel 4.8
Matriks EFE CV. Sinar Bintang Niaga

Faktor Eksternal				
Peluang		Bobot	Peringkat	Skor Tertimbang
1	Komunikasi terbuka dengan karyawan dapat meningkatkan motivasi	0,122905028	3,8	0,467039106
2	Pembagian tugas yang merata dapat mengurangi stress kerja karyawan	0,122905028	3,8	0,467039106
3	Peningkatan mitra reseller sehingga memperluas jangkauan pasar	0,134078212	4	0,536312848
4	Penilaian positif dari pelanggan meningkatkan citra perusahaan	0,134078212	3,6	0,482681563
Total				1,953072624
Ancaman		Bobot	Peringkat	Skor Tertimbang
1	Reward yang tidak sesuai dengan beban kerja yang diberikan membuat semangat kerja menurun	0,117318436	1,4	0,16424581
2	Penurunan mutu kerja akibat kurangnya pengembangan kemampuan karyawan	0,117318436	1,2	0,140782123
3	Kemampuan kerja yang menurun dapat memperlambat pengiriman produk	0,134078212	1	0,134078212
4	Kurangnya keterlibatan karyawan membuat kurangnya inovasi	0,117318436	1	0,117318436
Total		1		0,556424582

Sumber: Data dikelola peneliti tahun 2025

Berdasarkan tabel Matriks EFE, diperoleh skor tertimbang peluang sebesar 1,953072624. Skor tersebut kemudian dibulatkan menjadi 1,95. Sedangkan skor tertimbang ancaman diperoleh sebesar 0,556424582. Nilai tersebut lalu dibulatkan menjadi 0,56. Pembulatan ini dilakukan untuk mempermudah perhitungan analisis SWOT.

g. Tabel Analisis SWOT

Tabel 4.9
Analisis SWOT CV. Sinar Bintang Niaga

Faktor Internal Faktor Eksternal	Kekuatan (Strengths) (2,00)	Kelemahan (Weaknesses) (0,62)
Peluang (Opportunities) (1,95)	Strategi SO $2,00 + 1,95 = 3,95$	Strategi WO $0,62 + 1,95 = 2,57$
Ancaman (Threats) (0,56)	Strategi ST $2,00 + 0,56 = 2,56$	Strategi WT $0,62 + 0,56 = 1,18$

Sumber : Data dikelola peneliti tahun 2025

Berdasarkan tabel yang disajikan, diperoleh nilai hasil kombinasi strategi SWOT sebagai berikut: SO (3,95), yang merupakan strategi yang memanfaatkan kekuatan untuk mengambil peluang; WO (2,57), yang berfokus pada pengurangan kelemahan untuk memanfaatkan peluang; ST (2,56), yang menggunakan kekuatan untuk menghadapi ancaman; dan WT (1,18), yang bertujuan untuk meminimalkan kelemahan guna menghindari ancaman. Dari hasil perhitungan kombinasi analisis SWOT

tersebut, strategi yang paling dominan untuk memenangkan persaingan dan mengembangkan bisnis adalah strategi SO dengan total nilai 3,95.

h. Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah gabungan antara faktor internal, yaitu kekuatan dan kelemahan, dengan faktor eksternal, yaitu peluang dan ancaman. Tujuannya adalah untuk menemukan alternatif strategi yang paling sesuai dengan posisi perusahaan. Di bawah ini terdapat Tabel 4.10 yang menunjukkan matriks SWOT.

Tabel 4.10
Matriks SWOT CV. Sinar Bintang Niaga

Faktor Internal	Strengths (S)	Weaknesses (W)
	1. Pemimpin mampu menetapkan tujuan sesuai dengan kebutuhan perusahaan 2. Mampu menyelesaikan pesanan dengan tepat waktu 3. Secara konsisten mengikuti perkembangan ekonomi untuk menganalisis daya beli konsumen 4. Perusahaan mampu menerima pesanan khusus dari konsumen	1. Ketergantungan kepada pemimpin dalam pengambilan keputusan 2. Kurangnya masukan yang berkualitas dari karyawan 3. Tidak mendorong karyawan mengikuti pelatihan 4. Kurangnya keterampilan menguasai pasar
Faktor Eksternal		
Opportunities (O)	Strategi SO	Strategi WO

1.Komunikasi terbuka dengan karyawan untuk meningkatkan motivasi 2.Pembagian tugas yang merata dapat mengurangi stress kerja karyawan 3.Peningkatan mitra reseller sehingga memperluas jangkauan pasar 4. Penilaian positif dari pelanggan meningkatkan citra baik pada perusahaan	1.Berkomunikasi dengan karyawan dalam menentukan tujuan tepat melalui forum diskusi antara pemimpin dan karyawan, untuk mengumpulkan ide dan harapan karyawan. 2.Pemimpin membagikan tugas yang adil berdasarkan keterampilan dan kapasitas beban kerja untuk mengurangi stress pada karyawan dalam menyelesaikan pesanan tepat waktu. 3.Mengembangkan produk baru sesuai dengan daya beli masyarakat dari wilayah mitra reseller. 4. Mengembangkan koleksi desain eksklusif yang menampilkan testimoni pelanggan untuk meningkatkan citra Perusahaan.	1.Meningkatkan komunikasi terbuka melalui dorongan pemimpin kepada karyawan untuk memberikan ide dan saran dalam pengambilan keputusan. 2. Menciptakan saluran komunikasi yang terbuka dan transparan untuk mengumpulkan masukan dari karyawan 3. Menggunakan penilaian dari pelanggan sebagai bahan evaluasi untuk pelatihan karyawan. 4. Menggunakan penilaian positif pelanggan sebagai bahan ajar untuk menganalisis kepuasan pelanggan dan menonjolkan keunggulan produk dalam promosi.
Threats (T)	Strategi ST	Strategi WT
1.Penurunan mutu kerja akibat kurangnya pengembangan kemampuan karyawan 2.<i>Reward</i> yang tidak sesuai dengan beban kerja yang diberikan membuat semangat kerja menurun	1. Menetapkan tujuan pengembangan kemampuan karyawan yang spesifik dan terukur. 2.Rancang sistem <i>reward</i> yang adil untuk karyawan yang berhasil menyelesaikan tugas	1. Lakukan evaluasi rutin terhadap proses kerja untuk mengidentifikasi dan memperbaiki kelemahan. 2. Tingkatkan kemampuan kerja dan keterampilan karyawan pemasaran serta karyawan produksi melalui

3. Kurangnya keterlibatan karyawan membuat kurangnya inovasi	lebih cepat dari waktu yang ditetapkan.	program mentoring atau coaching.
4. Kemampuan kerja yang menurun dapat memperlambat pengiriman produk	3. Melibatkan karyawan dalam mengusulkan ide-ide produk atau layanan baru berdasarkan analisis pasar yang telah dilakukan.	3. Rancang sistem penghargaan untuk karyawan yang telah memberikan masukan yang bermanfaat bagi Perusahaan. 4. Implementasikan sistem <i>reward</i> bagi karyawan yang mengikuti program pelatihan dengan baik. 5. Memberikan wewenang kepada karyawan di berbagai level untuk membuat keputusan yang relevan dengan tugas dan tanggung jawab mereka.

Sumber : Data dikelola peneliti tahun 2025

Berdasarkan hasil analisis Matriks SWOT dan tabel analisis SWOT, bisnis CV. Sinar Bintang Niaga berada dalam posisi yang memungkinkan untuk menerapkan strategi SO, yaitu menggabungkan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada. Berikut adalah beberapa strategi yang dapat diterapkan oleh CV. Sinar Bintang Niaga:

- 1) Berkomunikasi dengan karyawan dalam menentukan tujuan tepat melalui forum diskusi antara pemimpin dan karyawan, untuk mengumpulkan ide dan harapan karyawan.
- 2) Pemimpin membagikan tugas yang adil berdasarkan keterampilan dan kapasitas beban kerja untuk mengurangi stress pada karyawan dalam menyelesaikan pesanan tepat waktu.
- 3) Mengembangkan produk baru sesuai dengan daya beli masyarakat

dari wilayah mitra reseller.

- 4) Mengembangkan koleksi desain eksklusif yang menampilkan testimoni pelanggan untuk meningkatkan citra Perusahaan.

i. Matriks Grand Strategy

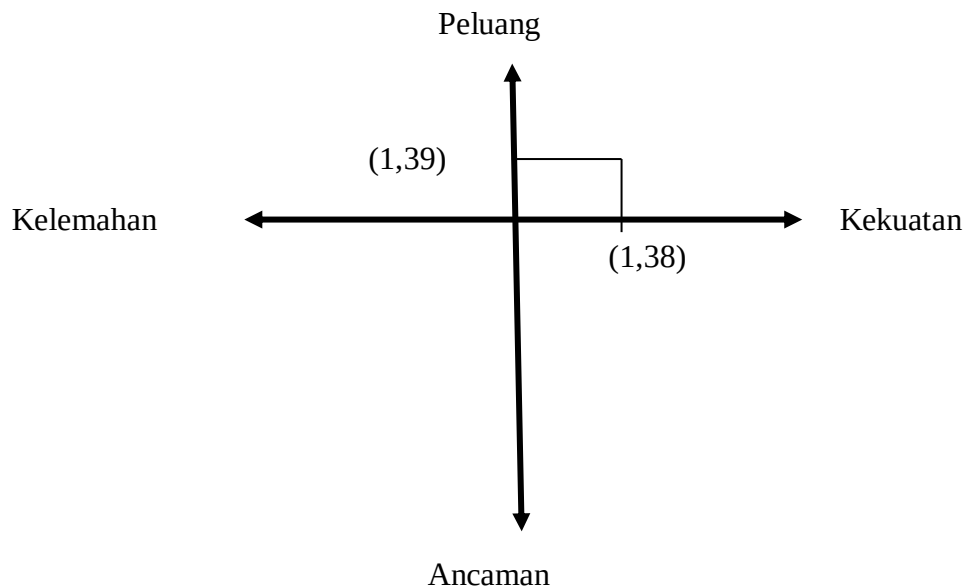
Berdasarkan tabel Matriks IFE dan Matriks EFE dapat disimpulkan bahwa adanya perbandingan antara kekuatan dan kelemahan, serta peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan.

$$S-W : 2,00 - 0,62 = 1,38 \text{ (positif)}$$

$$O-T : 1,95 - 0,56 = 1,39 \text{ (positif)}$$

Dari hasil pengurangan antara kekuatan (S) dan Kelemahan (W) dapat diartikan bahwa kekuatan yang dimiliki CV. Sinar Bintang Niaga memiliki kekuatan yang dominan dibandingkan kelemahan. Sehingga kekuatan yang dimiliki mampu menutupi kekurangan yang ada. Sedangkan hasil pengurangan dari Peluang (O) dan ancaman (T) menunjukan bahwa dengan memanfaatkan dengan baik segala peluang yang sudah ada, maka ancaman bisa teratasi.

Setelah diketahui selisih diatas maka diketahui titik koordinatnya terletak pada (1,38; 1,39). Titik koordinat tersebut disajikan ke diagram matriks SWOT untuk mengetahui posisi Perusahaan. Kemudian disusunlah matriks grand strategy seperti pada gambar dibawah ini.



Gambar 4.2 Matriks Grand Strategy

Sumber : Data diolah peneliti (2025)

Berdasarkan gambar di atas, perusahaan berada pada kuadran I. Kuadran I menggambarkan situasi yang menguntungkan, di mana bisnis memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan, sehingga sangat cocok untuk menerapkan strategi SO atau Strength Opportunities dalam mengembangkan usaha. Beberapa strategi yang sesuai untuk perusahaan meliputi strategi kerjasama melalui Integrasi Vertikal dan strategi ekspansi pasar melalui Diversifikasi Konglomerat.

Integrasi mengacu pada penggabungan kegiatan yang berkaitan dengan aktivitas perusahaan saat ini, di mana kombinasi ini dapat dilakukan berdasarkan hubungan vertikal dalam rantai nilai. Di sisi lain, diversifikasi adalah salah satu bentuk strategi pertumbuhan internal. Diversifikasi konglomerat terjadi ketika sebuah organisasi mengadopsi

strategi yang melibatkan kegiatan yang tidak berhubungan dengan definisi bisnis yang ada, baik dalam hal kelompok pelanggan, fungsi pelanggan, atau teknologi alternatif. Namun, strategi ini hanya dapat diterapkan jika organisasi memiliki kelebihan modal.

Saat Perusahaan mulai mengembangkan produk baru untuk memenuhi kebutuhan internal, setiap kegiatan baru diambil dengan tujuan untuk mendapatkan input dari pemasok (bahan baku) atau untuk melayani sebagai pelanggan untuk output (seperti pemasaran jasa perusahaan). Integrasi vertikal dibagi menjadi dua jenis: integrasi ke belakang, yang berarti kembali ke sumber bahan baku, dan integrasi ke depan, yang berarti mendekatkan diri kepada pelanggan utama.

Dalam menentukan strategi bisnis untuk CV. Sinar Bintang Niaga, strategi yang disarankan untuk diterapkan oleh bisnis tersebut adalah strategi integrasi vertikal. Integrasi ke belakang dilakukan melalui pengadaan bahan baku. CV. Sinar Bintang Niaga dapat mempertimbangkan untuk mengakuisisi atau menjalin kemitraan dengan pemasok bahan baku utama. Hal ini akan memastikan pasokan bahan baku yang stabil dan mengurangi ketergantungan pada pihak ketiga. Kemudian integrasi kedepan dilakukan dengan meningkatkan ketrampilan karyawan pemasaran dalam menjual produk melalui pelatihan. Sehingga karyawan mampu lebih dekat dengan pelanggan, memahami kebutuhan mereka, dan memberikan layanan yang lebih baik.

Dari kedua strategi diatas diharapkan untuk dapat diterapkan untuk

mencapai keunggulan kompetitif dan memperbesar skala usaha.

C. Pembahasan

Faktor internal dalam menerapkan strategi kepemimpinan dalam meningkatkan volume penjualan di CV. Sinar Bintang Niaga. Berdasarkan hasil wawancara dan analisis IFAS dalam menerapkan strategi kepemimpinan dalam meningkatkan volume penjualan di CV. Sinar Bintang Niaga. yang terdiri faktor kekuatan dan kelemahan. Faktor internal diperoleh total kekuatan dengan skor 2 dimana skor tertinggi pada faktor mampu menyelesaikan pesanan dengan tepat waktu (skor sebesar 0,56), sedangkan skor terendah pada faktor karyawan mampu menerima pesanan khusus dari konsumen (skor, sebesar 0,43). Kemudian faktor internal diperoleh total kelemahan dengan skor 0,62, dengan total dimana skor tertinggi pada faktor kurangnya masukan yang berkualitas dari karyawan (skor sebesar 0,17), sedangkan skor terendah pada faktor tidak mendorong karyawan mengikuti pelatihan (skor, sebesar 0,14). Hasil ini menunjukkan bahwa total skor kekuatan lebih besar dari kelemahan.

Menyelesaikan pesanan dengan tepat waktu dapat memberikan citra yang baik pada perusahaan. Selain itu Perusahaan yang mampu menyelesaikan tugas atau target dengan tepat waktu merupakan tanda bahwa Perusahaan tersebut dapat mengelola waktu dengan baik. Mengatur waktu dengan baik dapat membantu kita untuk menyelesaikan tugas lebih cepat dan efisien tanpa mengurangi kualitas. Menurut (Rohmah dalam Azzahra & Tommy, 2024) Mengelola waktu dengan baik di tempat kerja

sangat penting untuk meningkatkan efisiensi. Dalam mencapai hal tersebut, tentu saja dibutuhkan kepemimpinan yang baik dalam Perusahaan. Pemimpin yang baik memiliki kemampuan untuk mengarahkan serta dapat membimbing dengan baik, dimana ketika karyawan dibebankan dengan target yang harus dicapai (Amalia, 2024).

Faktor eksternal dalam menerapkan strategi kepemimpinan dalam meningkatkan volume penjualan di CV. Sinar Bintang Niaga. Berdasarkan hasil wawancara dan analisis EFAS dalam menerapkan strategi kepemimpinan dalam meningkatkan volume penjualan di CV. Sinar Bintang Niaga, diperoleh faktor peluang dengan total skor 1,95 dimana skor tertinggi pada faktor peningkatan mitra reseller sehingga memperluas jangkauan pasar (skor sebesar 0,52), sedangkan skor terendah pada faktor peningkatan keterlibatan karyawan untuk meningkatkan motivasi dan pembagian tugas yang merata dapat mengurangi stress kerja pada karyawan (skor, sebesar 0,42). Faktor eksternal dalam menerapkan strategi kepemimpinan dalam meningkatkan volume penjualan diperoleh skor ancaman, dimana skor tertinggi pada faktor *reward* yang tidak sesuai dengan beban kerja yang diberikan membuat semangat kerja menurun (skor sebesar 0,17), sedangkan skor terendah pada faktor kurangnya keterlibatan karyawan membuat kurangnya inovasi (skor, sebesar 0,12). Hasil ini menunjukkan bahwa total skor faktor peluang lebih besar dari ancaman.

Peningkatan mitra reseller yang dilakukan oleh CV. Sinar Bintang

Niaga memiliki peluang untuk memperluas jangkauan pasar dan saluran distribusi kepada konsumen. Sehingga, Tingkat penjualan pada CV. Sinar Bintang Niaga diharapkan dapat meningkat. Menurut Kotler & Armstrong (2016) Distribusi adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menyalurkan, menyebarluaskan, serta menyampaikan barang yang dipasarkannya kepada konsumen. Permasalahan pada CV. Sinar Bintang Niaga salah satunya adalah turunnya tingkat penjualan. Dengan memperhatikan kondisi tersebut, maka diharapkan peningkatan mitra reseller yang telah dilakukan oleh CV. Sinar Bintang Niaga mampu mengatasi permasalahan tersebut.

Strategi kepemimpinan dalam meningkatkan volume penjualan di CV. Sinar Bintang Niaga. Berdasarkan hasil analisis faktor kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman perusahaan CV. Sinar Bintang Niaga terletak pada koordinat (1,38; 1,39) atau berada pada posisi kuadran I. Posisi tersebut menggambarkan situasi yang menguntungkan, di mana bisnis memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan, sehingga sangat cocok untuk menerapkan strategi SO atau Strength Opportunities dalam mengembangkan usaha. Beberapa strategi yang sesuai untuk perusahaan meliputi strategi kerjasama melalui Integrasi Vertikal dan strategi ekspansi pasar melalui Diversifikasi Konglomerat (Kurniati, 2019).

Strategi yang disarankan untuk CV. Sinar Bintang Niaga adalah strategi kerja sama melalui integrasi vertikal. Wujud dari strategi integrasi

vertikal CV. Sinar Bintang Niaga untuk kebijakan integrasi kebelakang adalah dengan pengadaan bahan baku. CV. Sinar Bintang Niaga dapat mempertimbangkan untuk mengakuisisi atau menjalin kemitraan dengan pemasok bahan baku utama. Hal ini akan memastikan pasokan bahan baku yang stabil dan mengurangi ketergantungan pada pihak ketiga. Sedangkan untuk integrasi kedepannya perusahaan perlu meningkatkan ketrampilan karyawan pemasaran dalam menjual produk melalui pelatihan. Sehingga karyawan mampu lebih dekat dengan pelanggan, memahami kebutuhan mereka, dan memberikan layanan yang lebih baik.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan di Sanggar Rias Candhik Ayu Soediran Kota Semarang menggunakan metode SWOT yang menunjukkan strategi bisnis yang dapat diterapkan Sanggar Rias Candhik Ayu Soediran Kota Semarang adalah strategi kerja sama melalui integrasi vertikal artinya Sanggar Rias Candhik Ayu Soediran Kota Semarang mempunyai berbagai peluang dan kekuatan internal yang dapat digunakan untuk menangkap peluang eksternal (Kurniati, 2019).

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan di CV. Sinar Bintang Niaga, maka kesimpulan yang dapat diambil atas penentuan strategi untuk Perusahaan ini melalui analisis SWOT adalah:

1. Berdasarkan analisis matriks SWOT yang mencakup kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari CV. Sinar Bintang Niaga, diperoleh posisi yang memungkinkan penerapan strategi SO (Strengths-Opportunities). Strategi ini bertujuan untuk memanfaatkan kekuatan yang ada untuk mengeksplorasi peluang di pasar. Berikut adalah hasil dari strategi SO yang diusulkan untuk mendukung pertumbuhan bisnis:
 - a. Berkomunikasi dengan karyawan dalam menentukan tujuan tepat melalui forum diskusi antara pemimpin dan karyawan, untuk mengumpulkan ide dan harapan karyawan.
 - b. Pemimpin membagikan tugas yang adil berdasarkan keterampilan dan kapasitas beban kerja untuk mengurangi stress pada karyawan dalam menyelesaikan pesanan tepat waktu.
 - c. Mengembangkan produk baru sesuai dengan daya beli masyarakat dari wilayah mitra reseller.
 - d. Mengembangkan koleksi desain eksklusif yang menampilkan testimoni pelanggan untuk meningkatkan citra Perusahaan.

2. Berdasarkan analisis bobot dan peringkat yang dilakukan pada matriks kuantitatif, yaitu Matriks IFE dan Matriks EFE, diperoleh hasil sebagai berikut :

$$S-W : 2,00 - 0,62 = 1,38 \text{ (positif)}$$

$$O-T : 1,95 - 0,56 = 1,39 \text{ (positif)}$$

Hasil selisi kekuatan dan kelemahan dapat diartikan bahwa kekuatan yang dimiliki CV. Sinar Bintang Niaga memiliki kekuatan yang dominan dibandingkan kelemahan. Sehingga kekuatan yang dimiliki mampu menutupi kekurangan yang ada. Sedangkan hasil pengurangan dari Peluang dan ancaman menunjukkan bahwa dengan memanfaatkan dengan baik segala peluang yang sudah ada, maka ancaman bisa teratasi.

3. Berdasarkan penempatan skor pada Matriks Grand Strategy, diperoleh bahwa bisnis CV. Sinar Bintang Niaga berada di kuadran 1, yang menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan dan peluang yang menguntungkan. Alternatif strategi yang dapat diterapkan oleh CV. Sinar Bintang Niaga adalah melalui penerapan strategi integrasi vertikal, baik integrasi ke depan maupun integrasi ke belakang.

- a. Pengadaan bahan baku. CV. Sinar Bintang Niaga dapat mempertimbangkan untuk mengakuisisi atau menjalin kemitraan dengan pemasok bahan baku utama.
- b. Meningkatkan tim pemasaran dan penjualan untuk lebih dekat dengan pelanggan, memahami kebutuhan mereka, dan memberikan layanan yang lebih baik. Termasuk dengan memberikan pelatihan demi

meningkatkan keterampilan dalam menjual produk.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini, saran-saran berikut dapat diajukan.

1. Bagi CV. Sinar Bintang Niaga

Untuk meningkatkan volume penjualan dan memanfaatkan peluang yang ada, disarankan agar pemilik CV. Sinar Bintang Niaga membagikan tugas dan tanggung jawab yang adil berdasarkan keterampilan dan kapasitas beban kerja untuk mengurangi beban atau stress pada karyawan dalam menyelesaikan pesanan dengan tepat waktu. Karyawan yang tidak merasa terbebani dengan tugas yang tidak seimbang lebih mampu berkonsentrasi pada penjualan dan memberikan layanan yang lebih baik kepada pelanggan. Mengembangkan program pelatihan internal yang berfokus pada keterampilan pemasaran dan produksi. Pelatihan ini sebaiknya mencakup aspek-aspek seperti teknik pemasaran digital, promosi keunggulan produk, dan pelayanan. Selain itu, perusahaan perlu menerapkan sistem umpan balik yang lebih efektif untuk mendorong keterlibatan karyawan dalam pengambilan keputusan. Karyawan yang terlibat dalam pengambilan keputusan dapat lebih cepat merespons perubahan kebutuhan dan preferensi pelanggan, sehingga perusahaan dapat menyesuaikan strateginya dengan lebih efektif. Selain itu, penting bagi perusahaan untuk melakukan evaluasi rutin terhadap hasil pelatihan dan pencapaian target penjualan,

sehingga dapat mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki dan memastikan bahwa strategi yang diterapkan benar-benar efektif dalam meningkatkan hasil akhir dan volume penjualan perusahaan.

2. Bagi Peneliti berikutnya

Untuk peneliti berikutnya, disarankan agar melakukan penelitian lebih lanjut dengan fokus pada implementasi strategi yang diusulkan dalam penelitian ini, serta mengevaluasi dampaknya terhadap volume penjualan dalam jangka panjang. Penelitian yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi tingkat volume penjualan juga dapat memberikan wawasan tambahan yang berharga.

Daftar Pustaka

- Alam, S. (2017). Penentuan Strategi Bisnis Melalui Analisis SWOT Pada Jaxs Barbershop Di Kota Makassar. *Jurnal Ilmiah Karimah STIE AMKOP Makassar*, 2(3), 2089–9351.
- Amalia, D. K. (2024). Pengaruh Kepemimpinan Dan Kerjasama Tim Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Semangat Kerja Sebagai Variabel Intervening. 25(1), 138–151.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. Rineka Cipta.
- Azzahra, F. D., & Tommy, M. A. P. (2024). Manajemen Waktu : Strategi Untuk Kantor Yang Lebih Efisien. *Jurnal Manajemen Bisnis Era Digital*, 1(2), 187–203.
- Bilung, S. (2016). Analisis SWOT dalam menentukan Strategi Pemasaran Sepeda Motor Honda Pada CV. Semoga Jaya Di Area Muara Wahau Kabupaten Kutai Timur. *Ejournal, Administrasi Bisnis*.
- Budiawan, C. P., Komari, A. N., & Nilawati, W. (2023). Analisis Strategi Swot Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pada Apotek K-24 Jajag Banyuwangi. *Analisa: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 11(2), 70–76.
- David, F. R. (2009). *Strategic Management: Manajemen Strategis* (Edisi 12). Salemba Empat.
- David, F. R. (2017). *Strategic Management Manajemen Strategi Konsep* (Edisi 12) (12th ed.). Salemba Empat.
- Devito, J. A. (2018). *Komunikasi Antarmanusia*. Kharisma Publising Grup.
- Dikolkar, S. S., & Dikolkar, S. B. (2013). Strategic Leadership: A Need of Today's Competitive Era. *International Journal on Leadership*, 156(1), 13–19.
- F. Drucker, P. (2007). *The Essential Drucker*. Routledge.
- Fattah, N. (2015). *Manajemen Strategik Berbasis Nilai*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Febrian, R., & Ekowati, S. (2023). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Motivasi Terhadap Produktivitas Kerja Pegawai. (JEMS) *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 4(1), 28–40.
- Fitrah, M., & Luthfiah. (2017). *Metodologi penelitian: penelitian kualitatif, tindakan kelas & studi kasus*. CV Jejak.
- Gary, Y. (2017). *Kepemimpinan Dalam Organisasi* (Edisi 7). Indeks.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. BP UNDIP.
- Hadi, R. Y., Hartono, R., Ramadhan, S., Hidayat, R., & Hariastuti, N. L. P. (2024). Penerapan Metode SWOT & AHP Untuk Menentukan Strategi

- Pengembangan dan Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus: PT. Spindo Tbk.). *Nusantara of Engineering (NOE)*, 7(2), 140–149.
- Haeril, M. (2022). Pola Kemitraan Distributor dan Reseller Online Shop di Kota Parepare (Analisis Ekonomi Islam).
- Hatta, U. (2021). Pengaruh tanggung jawab, Lingkungan kerja dan Beban Kerja Terhadap kinerja Karyawan (Studi Pada Bank BTN Kantor Cabang Syariah Makassar).
- Hulu, Y. W., Mendrofa, S. A., Gea, N. E., & Zai, K. S. (2023). Analisis Promosi Hubungannya Dalam Peningkatan Penjualan Pada Cv. Bintang Keramik Gunungsitoli. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 807–819.
- Inda Alfiah N, Siti Hasbiah, & Agung Widhi Kurniawan. (2025). Pengaruh *Reward* terhadap Kinerja Karyawan CV Teknik Kreasindo di Kota Makassar. *Jurnal Rimba : Riset Ilmu Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 18–27.
- Kartono, K. (2019). *Pemimpin Dan Kepemimpinan*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Kaswan. (2017). *Pengembangan Sumber Daya Manusia*. PT Bumi Aksara.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi 13). Erlangga.
- Kulat, G., Kakwani, D., Shah, N., & Naidu, K. (2023). A Critical Study on Impact of Leadership Style of Sales Managers on Performance of Sales Teams. *International Journal of Professional Business Review*, 8(6), e01423.
- Kurniati, E. dwi. (2019). *Manajemen Strategi (pengantar manajemen strategi)*. In CV. Djiwa Amarts Press.
- Manggala, G. M. F., & Maulani, F. (2022). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Seblak Ceu Edah. *Jurnal Ekonomi Kreatif Dan Manajemen Bisnis Digital*, 1(2), 286–296.
- Muhammad Khairul Dafir. (2022). Analisis Strategi Swot Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Usaha Kerupuk Gonggong Di CV. Kyria Rezeki Kota Tanjungpinang. 1–118.
- Muktamar, A., Saputra, A., Zali, M., & Ugi, N. B. (2024). Mengungkap Peran Vital Kepemimpinan dalam Manajemen SDM: Produktivitas, Kepuasan Kerja, dan Retensi Tenaga Kerja yang Berkualitas. *Journal of International Multidisciplinary Research*, 2(2), 9–19.
- Pearce, & Robinson. (2008). *Manajemen Strategis Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian* (Edisi Sepu). Salemba Empat.
- Pradikta, A. (2013). Strategi Pengembangan Objek Wisata Waduk, Gunung Rowo Indah Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Daerah Asli (PAD) Kabupaten

- Pati. *Economics Development Analysis Journal (EDAJ)*, 2.
- Prayoga, daffa. (2023). Pengaruh gaya kepemimpinan, motivasi kerja dan budaya kerja terhadap kinerja karyawan pt. tri sapta jaya di pekanbaru skripsi. 1–119.
- Putra, I. G. N. A. B. (2017). Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Keunggulan Pada Ud. Kacang Sari Di Desa Tamblang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9(2), 397.
- Rahmawati, N. A. R. N. A. (2022). Strategi Bisnis Rias Pengantin Berbasis Analisis SWOT (Studi Pada Sanggar Rias Candhik Ayu Soediran Kota Semarang).
- Rangkuti, F. (2016). *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, S., & Antoro, B. (2025). Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Perusahaan Pemasaran Produk Cap Lang Di Kota Medan (Studi Kasus Pada PT. DISTRINDO BINTANG AGUNG). *Jurnal Manajemen Akuntansi Dan Ilmu Ekonomi*, 2(1), 33–44.
- S.P.Hasibuan, M. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bumi Aksara.
- Salim, M. A., & Siswanto, A. B. (2019). *Analisis SWOT Dengan Metode Kuesioner*. CV. Pilar Nusantara.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Cetakan Ke)*. Alfabeta.
- Suyatno, B. (2015). *Metode Penelitian Sosial Edisi Revisi*. Predana Media.
- Syahmardi Yacob. (2024). Konsep dan Implementasi Kepemimpinan Pemasaran. In *Konsep dan Implementasi Kepemimpinan Pemasaran*.
- Wahjono, S. I. (2022). *Struktur Organisasi*. Rajagrafindo.
- Wahyudi, A. S. (2006). *Manajemen Strategi Proses Berpikir Strategik*. Bina Aksara.

Lampiran 1

PEDOMAN WAWANCARA

A. Identitas Narasumber

Nama :

Jabatan :

B. Daftar Pertanyaan Wawancara Untuk Pemilik CV. Sinar Bintang Niaga

1. Bagaimana sejarah singkat CV. Sinar Bintang Niaga? Apakah boleh diceritakan.
2. Bagaimana anda menganalisis? Situasi sebelum mengambil keputusan?
3. Bagaimana Anda memanfaatkan peluang digitalisasi (misal: pemasaran online)?
4. Bagaimana proses pengambilan keputusan di CV. Sinar Bintang Niaga?
5. Apakah Anda cukup tegas dalam menerapkan keputusan?
6. Apakah Anda berani mengambil keputusan sulit meskipun ada resiko ?
7. Apakah ada pelatihan untuk karyawan ?
8. Apa kesulitan yang anda alami dalam menjalankan bisnis ini ?
9. Apakah ada tantangan dalam memimpin?
10. Bagaimana pemberian tugas di Perusahaan ini?
11. Apakah ada *reward* dan *punishment*?

C. Daftar Pertanyaan Wawancara Untuk *General Manager* Pemasaran

1. Bagaimana hubungan Anda dengan Pemilik ?
2. Bagaimana respon anda terhadap pembagian tugas ?
3. Bagaimana respon pelanggan mengenai produk ?
4. Apa yang menjadi kelemahan CV.SBN menurut anda ?
5. Adakah pemasaran digital yang telah diterapkan untuk meningkatkan visibilitas produk? Seberapa efektif ?

D. Daftar Pertanyaan Wawancara Untuk Pimpinan Produksi

1. Bagaimana hubungan Anda dengan Pemilik ?
2. Apakah ada kesulitan yang anda hadapi ?
3. Adakah pelatihan atau pengembangan keterampilan yang diberikan kepada karyawan ?
4. Seberapa sering anda memberi masukan ?
5. Apakah pemimpin tetap berusaha meningkatkan penjualan meskipun saat ini penjualan di CV. Sinar Bintang Niaga sedang turun ?

E. Daftar Pertanyaan Wawancara Untuk Karyawan Pengrajin Kuningan

1. Apakah menurut anda penting pelatihan untuk mengembangkan kemampuan ?
2. Seberapa sering anda memberikan masukan ?
3. Apakah Anda merasa mendapat arahan yang jelas tentang target kerja? Beri contoh.
4. Bagaimana anda menanggapi sistem *reward* dan *punishment* di perusahaan ini ?
5. Bagaimana tanggapan anda soal penjualan yang menurun ?

F. Daftar Pertanyaan Wawancara Untuk Staff Administrasi

1. Seberapa penting pelatihan untuk pengembangan kemampuan karyawan menurut anda ?
2. Seberapa sering anda memberi masukan ?
3. Apakah betul karyawan pengrajin merasa kesulitan saat menerima pesanan khusus ?
4. Seberapa sering Pemilik meminta data laporan kepada anda ?

G. Daftar Pertanyaan Wawancara Untuk Pelanggan

1. Kenapa anda tertarik membeli produk dari CV. Sinar Bintang Niaga ?
2. Apakah anda merasa puas dengan produk nya ?
3. Apakah anda akan merekomendasikan produk ini ke teman atau keluarga anda ?
4. Apakah anda merasa produk terlalu mahal ?
5. Sebelumnya anda mengatakan bahwa anda akan merekomendasikan produk ini ke orang lain atau keluarga. Kenapa? Boleh dijelaskan ?

Lampiran 2

FORM KUESIONER PENELITIAN PENGISIAN BOBOT FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL

Berilah penilaian atas pernyataan-pernyataan dibawah ini dengan memberikan tanda centang (✓) pada salah satu pilihan angka

Jawaban	skor
Sangat penting (SP)	5
Penting (P)	4
Ragu-ragu (R)	3
Tidak penting (TP)	2
Sangat tidak penting (STP)	1

Berikut pernyataan untuk pengisian bobot dari faktor Eksternal

No	Faktor Eksternal Perusahaan	Skor				
Peluang		1	2	3	4	5
1	Peningkatan keterlibatan karyawan untuk meningkatkan motivasi					
2	Pembagian tugas yang merata dapat mengurangi stress kerja karyawan					
3	Peningkatan mitra reseller sehingga memperluas jangkauan pasar					
4	Penilaian positif dari pelanggan meningkatkan citra perusahaan					
Ancaman						
1	<i>Reward</i> yang tidak sesuai dengan beban kerja yang diberikan membuat semangat kerja menurun					
2	Penurunan mutu kerja akibat kurangnya pengembangan kemampuan karyawan					
3	Kemampuan kerja yang menurun dapat memperlambat pengiriman produk					
4	Kurangnya keterlibatan karyawan membuat kurangnya inovasi					

Berikut pernyataan untuk pengisian bobot dari faktor Internal

No	Faktor Internal Perusahaan	Skor				
Kekuatan		1	2	3	4	5
1	Mampu menyelesaikan pesanan dengan tepat waktu					
2	Pemimpin mampu menetapkan tujuan sesuai dengan kebutuhan perusahaan					
3	Karyawan mampu menerima pesanan khusus dari konsumen					
4	Secara konsisten mengikuti perkembangan ekonomi untuk menganalisis daya beli konsumen					
Kelemahan						
1	Tidak mendorong karyawan mengikuti pelatihan					
2	Ketergantungan kepada pemimpin dalam pengambilan keputusan					
3	Kurangnya keterampilan menguasai pasar					
4	Kurangnya masukan yang berkualitas dari karyawan					

FORM KUESIONER PENGISIAN PERINGKAT FAKTOR INTERNAL DAN EKSTERNAL

Berilah penilaian atas pernyataan – pernyataan dibawah ini dengan memberikan tanda centang (✓) pada salah satu pilihan angka.

Jawaban	Skor
Kekuatan utama	4
Kekuatan minor	3
Kelemahan minor	2
Kelemahan utama	1

No	Faktor Internal Perusahaan	Skor			
Kekuatan		1	2	3	4
1	Mampu menyelesaikan pesanan dengan tepat waktu				
2	Pemimpin mampu menetapkan tujuan sesuai dengan kebutuhan perusahaan				
3	Karyawan mampu menerima pesanan khusus dari konsumen				
4	Secara konsisten mengikuti perkembangan ekonomi untuk menganalisis daya beli konsumen				
Kelemahan					
1	Tidak mendorong karyawan mengikuti pelatihan				
2	Ketergantungan kepada pemimpin dalam pengambilan keputusan				
3	Kurangnya keterampilan menguasai pasar				
4	Kurangnya masukan yang berkualitas dari karyawan				

Berilah penilaian atas pernyataan – pernyataan dibawah ini dengan memberikan tanda centang (✓) pada salah satu pilihan angka.

Jawaban	Skor
Peluang Besar	4
Peluang Kecil	3
Ancaman Kecil	2
Ancaman Besar	1

No	Faktor Eksternal Perusahaan	Skor			
Peluang		1	2	3	4
1	Peningkatan keterlibatan karyawan untuk meningkatkan motivasi				
2	Pembagian tugas yang merata dapat mengurangi stress kerja karyawan				
3	Peningkatan mitra reseller sehingga memperluas jangkauan pasar				
4	Penilaian positif dari pelanggan meningkatkan citra perusahaan				
Ancaman					
1	<i>Reward</i> yang tidak sesuai dengan beban kerja yang diberikan membuat semangat kerja menurun				
2	Penurunan mutu kerja akibat kurangnya pengembangan kemampuan karyawan				
4	Kemampuan kerja yang menurun dapat memperlambat pengiriman produk				
5	Kurangnya keterlibatan karyawan membuat kurangnya inovasi				

Lampiran 3

Lampiran Hasil Wawancara

TRANSKIP WAWANCARA

Identitas Narasumber

Nama : Bapak Muhamad Abidin

Jabatan : Pemilik CV. Sinar Bintang Niaga

Daftar Pertanyaan Wawancara Untuk Pemilik CV. Sinar Bintang Niaga

1. Bagaimana sejarah singkat CV. Sinar Bintang Niaga? Apakah boleh diceritakan.

“Saya mulai dari pengalaman di pemasaran selama empat tahun di perusahaan Pak Syekh Puji dan jadi manajer di perusahaan pamanku. Dari situ, saya ingin mendirikan CV Sinar Bintang Niaga untuk memberdayakan masyarakat di sini, yang kebanyakan hanya berpendidikan SMP. Saya percaya, “Jika saya bisa mempekerjakan 100 orang, mereka bisa mencukupi kebutuhan 400 orang.” Awalnya, kami fokus jualan kaligrafi dari pihak lain di Cirebon. Kami kemudian merambah ke DKI Jakarta dengan dua tim. Setelah tujuh tahun, kami mulai produksi kaligrafi sendiri dan berkembang pesat. Sekarang, kami juga kerjasama dengan showroom dan galeri, serta memanfaatkan media sosial untuk menjangkau lebih banyak konsumen. Alhamdulillah, kami berhasil membangun basis pelanggan yang setia.”

2. Bagaimana anda menganalisis? Situasi sebelum mengambil keputusan?

“Cara saya menganalisis untuk pengambilan keputusan itu, saya selalu mengikuti informasi terbaru dari setiap wilayah. Karena penjualan kita ini kan dari sabang sampai merauke. Saya selalu mba ngikutin, ohh wilayah A misal kondisinya gimana. Misal wilayah Gorontalo, mereka kan mayoritas pendapatan mereka dari hasil tani. Kalau hasil panennya lagi jelek, biasanya ngga saya prioritaskan buat pemasaran. Atau misal lagi banyak kasus judi online di wilayah B, itu juga jadi turun mba daya beli masyarakatnya. Pokoknya harus saya ikutin terus perkembangan ekonominya”

3. Bagaimana Anda memanfaatkan peluang digitalisasi (misal: pemasaran online)?

“hmm kita ada pemasaran online lewat media sosial kaya facebook, instagram. Sekarang kita jual lewat shopee juga”

4. Bagaimana proses pengambilan keputusan di CV. Sinar Bintang Niaga?

“Keputusan diambil oleh saya sendiri ya mba. Kadang memang ada diskusi sama evaluasi. Kalau dibidang keputusan ini dipengaruhi sama masukan dan saran dari karyawan sih engga. Karena diskusi itu, kita cuma sekedar tukeran informasi yang udah ada, bukan bertukar pendapat. Saya sering juga bikin keputusan tanpa diskusi dari karyawan. Karena bagi saya dibutuhin wawasan sama pengalaman yang lebih juga buat kasih masukan”

5. Apakah Anda cukup tegas dalam menerapkan keputusan?

“Cukup tegas, karena kita kan selalu ada barang pesanan. Kalau ngga

tegas bisa berantakan pesanannya. Waktu ada pemesanan yang harus dikirim kita harus memastikan dulu mba dengan jadwal pemberangkatan kapal yang akan mengirim barang kita. Setelah itu saya buat batas waktu penyelesaian produk. Walaupun pengiriman produk yang masih di wilayah sini juga sama. Harus tetap dipastikan tepat waktu”

6. Apakah Anda berani mengambil keputusan sulit meskipun ada resiko ?

“Pasti berani mba sebagai pimpinan. Saat covid dulu kan penjualan turun sekalu. waktu penurunan penjualan, saya pokoknya mikir gimana caranya penjualan ini yang penting harus tetep berlanjut dulu. Syukur-syukur kalau meningkat hasil penjualannya. Jadi saya coba memperluas pasar saya. Bukan cuma mitra di kota besar, saya tambah beberapa mitra di kota-kota kecil. Tujuan saya saat ini mencapai keberlanjutan khususnya dari aspek sosial. Supaya bermanfaat lah buat warga sekitar dan karyawan disini”

7. Apakah ada pelatihan untuk karyawan ?

“Dulu kita sesekali pelatihan, mungkin sekitar 4 tahun yang lalu. Tapi sekarang sudah ga ada pelatihan yang penting mau kerja aja”

8. Apa kesulitan yang anda alami dalam menjalankan bisnis ini ?

“Agak sulit kalau mau menguasai pasar. Saingan pasar nya berat mba. apalagi sekarang ada produk impor . Misalnya dari Turki dan dari harganya juga lebih kompetitif”

9. Apakah ada tantangan dalam memimpin ?

“Ada, tantangan yang saya rasain itu saat saya harus memastikan apakah karyawan saya ini menyelesaikan tugas seperti arahan saya”

10. Bagaimana pemberian tugas di Perusahaan ini ?

“ Pembagian tugas itu saya menyesuaikan sih mba. Tergantung karyawan nya. Saya biasanya diperhatikan dulu mba, coba dulu karyawan ini mampu ngga buat ngerjain tugas ini. Kalau dia mampu saya beri lagi tugas yang levelnya lebih sulit buat ngukur seberapa jauh kemampuan dia buat ngerjain tugas. Kalau sudah, saya sesuaikan tugasnya antara yang kuat menyelesaikan tugas tugas sulit dan yang tidak”.

11. Apakah ada reward dan punishment ?

“Reward disini pasti ada. Kalau saya liat oh ini karyawan tahun ini kerjanya bagus pasti saya berikan bonus. Di sini bonus nya berupa uang. Ada juga Tunjangan Hari Raya. Kalau ada karyawan yang saya rasa lebih membutuhkan saya berikan bonus juga berupa sembako dan uang yang nominalnya tidak bisa saya sebut”

TRANSKIP WAWANCARA

Identitas Narasumber

Nama : Bapak Tomi

Jabatan : General Manager Pemasaran

Daftar Pertanyaan Wawancara Untuk *General Manager* Pemasaran

1. Bagaimana hubungan Anda dengan Pemilik ?

“Cukup baik, paling ini sih. Beliau itu kadang susah dihubungi kalau pagi hari”

2. Bagaimana respon anda terhadap pembagian tugas ?

“Saya kan General manager pemasaran, tapi tugas saya itu bisa double double. Jadi ngga ngerjain bagian pemasaran aja. Sering juga harus ngurus bagian produksi, turun tangan. Stress kerja itu pasti, karena tugasnya jadi banyak yang harus diselesaikan. Padahal itu bukan bagian saya”

3. Bagaimana respon pelanggan mengenai produk ?

“Sejauh ini baik. Kita kan ada penjualan offline dan online. Kita selain ngasih pilihan produk, boleh juga kalo ada yang mau request mba. Kalau ditanya respon nya gimana. Ya memang respon dari pembelian online maupun offline positif mba terutama dari waktu pengiriman dan keutuhan barang. Saya pantau, kadang ada yang kasih saran. Beberapa pembeli kasih komentar memuaskan di Shopee”

4. Apa yang menjadi kelemahan CV. Sinar Bintang Niaga menurut anda?

“Kelemahan kita itu ga ada pelatihan dari pihak luar mba. Cuma ada pembekalan ringan. Saya ngerasa kurang wawasan juga. Terus kelemahan lainnya lagi, kami sering ngerasa bahwa produk yang kami tawarin ngga terlalu berbeda dari pesaing. Kami tahu kalau, ada banyak produk serupa di luar sana. Tapi disisi lain produk kami kaya ngga punya keunggulan yang jelas buat bersaing”

5. Adakah pemasaran digital yang telah diterapkan untuk meningkatkan visibilitas produk? Seberapa efektif ?

“Kalau ditanya efektifitasnya, belum terlalu maksimal. Kita ada pemasaran digital lewat shopee trus instagram sama facebook. Kedepannya ada rencana lewat tiktok shop”

TRANSKIP WAWANCARA

Identitas Narasumber

Nama : Bapak Ruri

Jabatan : Pimpinan Produksi

Daftar Pertanyaan Wawancara Untuk Pimpinan Produksi

1. Bagaimana hubungan Anda dengan Pemilik ?

“Hubungan saya dengan Pak robin cukup baik”

2. Apakah ada kesulitan yang anda hadapi ?

“Iya, ada. Kadang ada konsumen yang punya request. Kita selalu terima mba, tapi lebih mahal dari produk katalog. ya ada harga ada rupa mba. karyawan pengrajin itu jujur saja sudah biasa dengan produk katalog yang disediakan perusahaan karena standarnya kan hampir sama proses pembuatannya. Beda kalau ada permintaan khusus. Itu lebih susah. Ga terbiasa kita”

3. Adakah pelatihan atau pengembangan keterampilan yang diberikan kepada karyawan ?

“engga ada mba”

4. Seberapa sering anda memberi masukan ?

“Saya kadang mau kasih saran atau masukan, cuman karena sering ga dipake. Jadi ngikutin arahan dari Pak Robin aja. Ada sih kebebasan, pokoknya bebas dari cara kita buat ngerjain arahan atau tugas dari

Pak Robin itu gimana yang penting jadi. Ya itu bisa jadi kelemahan kita semua kadang karena ada keputusan cepet yang tanpa diskusi gitu lho mba, jadinya kita sebagai karyawan ga berani ngasih pendapat sama kurang dihargai”

5. Apakah pemimpin tetap berusaha meningkatkan penjualan meskipun saat ini penjualan di CV. Sinar Bintang Niaga sedang turun ?

“Betul memang beliau pernah bilang, walaupun pendapatan masih menurun tapi beliau selalu ngingetin kalau tujuan dia masih berbisnis buat kebutuhan kita karyawannya. Saya sih setuju ya, karena sebagai warga sini, saya jadi merasa terbantu dan termotivasi”

TRANSKIP WAWANCARA

Identitas Narasumber

Nama : Bapak Topik

Jabatan : Pengrajin Kuningan

Daftar Pertanyaan Wawancara Untuk Karyawan Pengrajin Kuningan

1. Apakah menurut anda penting pelatihan untuk mengembangkan kemampuan ?

“Kita kan mau memuaskan harapan pelanggan lewat produk kuningan, ya menurut saya penting pelatihan skill itu.”

2. Seberapa sering anda memberikan masukan ?

“Wah masukan dari karyawan di CV. ini memang kurang sekali mba. Kadang yang sudah memberikan masukan. Tapi karena kaya engga begitu didengar. Ya akhirnya beberapa karyawan lain seperti saya jadi hampir engga pernah ngasih masukan lagi. Daripada masukan dari saya engga dihargain. Kalau dulu sih beliau bisa nerima. Saya itu merasa lebih kaya mitra kerja kadang kalau sama Pak Robin, misal beliau lagi keliling liat-liat bagian produksi terus nanya-nanya soal produksi minggu ini gimana, ada saran apa. Kalau sekarang memang sudah jarang sekali Pak Robin seperti itu, turun ke bagian produksi. Kayaknya hampir ngga pernah. Padahal saya jadi lebih dilihat dan termotivasi”

3. Bagaimana anda menanggapi sistem *reward* dan *punishment* di perusahaan ini ?

“Dari saya sebenarnya ya ada perasaan kurang adil. Soalnya beban kerja kita kan sama tapi dia dapat bonus lebih banyak dari saya. Saya kerjanya jadi ngga sepenuh hati. Ga terlalu semangat”

4. Bagaimana tanggapan anda soal penjualan yang menurun ?

“Ya walaupun pesanan yang ada ga sebanyak dulu tapi saya salut sama Pak Robin. Karena bisnisnya ini buka lapangan kerja buat lingkungan sekitar makanya beliau tetap berusaha lanjutin bisnisnya”

TRANSKIP WAWANCARA

Identitas Narasumber

Nama : Ibu Putri

Jabatan : Staff Administrasi Keuangan

Daftar Pertanyaan Wawancara Untuk Staff Administrasi Keuangan

1. Seberapa penting pelatihan untuk pengembangan kemampuan karyawan menurut anda ?

“Kalau bicara pelatihan bagi saya penting banget mba, soalnya dijamin sekarang kita juga dituntut kerja cepat dan akurat. Harus upgrade skill buat mengelola dokumen. Sebagai staff admin kan ada tuntutan mengolah data cepat. Menurut saya pengembangan kemampuan itu perlu, soalnya ada data-data yang bagi saya cukup rumit buat diolah. Kalau ngga ada pengembangan ya khawatirnya kualitas mutu kerja saya seiring waktu jadi turun”

2. Apakah betul karyawan pengrajin kesulitan ketika menerima pesanan khusus?

“Betul, pesanan khusus itu kadang ada yang masuk. Yang ditakutkan itu karena karyawan ini kemampuannya masih kurang untuk pesanan khusus. Jadinya pengiriman terancam ada keterlambatan”

3. Seberapa sering anda memberi masukan ?

“Engga sering. Ngasih masukan ke pemilik sekarang memang agak

sulit. Apalagi kalau pemilik menganggap masukan ini kurang penting. Saya kasih masukan supaya proses administrasi ini dibuat efisien. Contohnya beberapa data hasil penjualan mingguan langsung dimasukan komputer gitu biar saya cepat. Tapi beliau kayaknya ngga terlalu mempertimbangkan, jadi sampai sekarang beberapa data penjualan ada yang dibuku. Jadi ya saya susah kalau mau kasih masukan lain yang mungkin bisa mempermudah”.

4. Seberapa sering Pemilik meminta data laporan kepada anda ?

“yaa cukup sering beliau minta laporan mingguan dan bulanan”

TRANSKIP WAWANCARA

Identitas Narasumber

Nama : Bapak Sabar

Jabatan : Pelanggan

Daftar Pertanyaan Wawancara Untuk Pelanggan

1. Kenapa anda tertarik membeli produk dari CV. Sinar Bintang Niaga ?

“Karena terlihat mewah. Kebetulan saya pernah pesan yang ngga ada di katalog, saya pengen yang khas aja ”

2. Apakah anda merasa puas dengan produk nya ?

“Saya sebagai pelanggan offline puas karena hasilnya cukup bagus dan selesai tepat waktu sesuai permintaan ”

3. Apakah anda akan merekomendasikan produk ini ke teman atau keluarga anda ?

“Iya bisa jadi kalau ada yang butuh rekomendasi”

4. Apakah anda merasa produk terlalu mahal ?

“Tidak mba. Memang sih agak mahal tapi ini sudah sesuai dengan kualitas.”

5. Sebelumnya anda mengatakan bahwa anda akan merekomendasikan produk ini ke orang lain atau keluarga. Kenapa? Boleh dijelaskan ?

“Kenapa saya mau merekomendasikan, ya karena saya ibaratnya sudah tau seberapa bagus kualitasnya. Dari segi desain dan estetika itu yaa ada keindahannya gitu mba”

Lampiran 4



SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nindy Hero

NPM : 18510030

Mahasiswa Program : Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Tahun Akademik : 2025

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan kegiatan plagiat dalam penulisan skripsi saya yang berjudul : STRATEGI KEPEMIMPINAN DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN DI CV. SINAR BINTANG NIAGA. Apabila suatu saat nanti terbukti saya melakukan plagiat, maka saya akan menerima sanksi pembatalan ijazah dan penjabutan gelar akademik. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya

Ungaran, 26 September 2025


Nindy Hero



YAYASAN UNDARIS KABUPATEN SEMARANG
UNIVERSITAS DARUL ULUM ISLAMIC CENTRE SUDIRMAN GUPPI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Tentara Pelajar No. 13 Telp (024) 6923180, Fax. (024) 76911689 Ungaran Timur 50514

Website : undaris.ac.id email : info@undaris.ac.id

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Pada hari ini, Jumat tanggal, 25 Juli 2025 berdasarkan Keputusan Dekan Ekonomi UNDARIS No. 123/A.I/6/VIII/2021 tanggal 30 Agustus 2021 perihal Penunjukkan Dosen Pembimbing Skripsi :

1. Nama lengkap : Prof. Dr. Hj. Edy Dwi K, SE., MM
Jabatan Akademik : Guru Besar
Pangkat / Golongan : Pembina Utama Muda, IV/c
Bertugas sebagai : Pembimbing Utama
2. Nama lengkap : Pitaloka Dharma Ayu, S.E., MBA
Jabatan Akademik : Asisten Ahli
Pangkat / Golongan : Penata Muda, Tk. I, III/b
Bertugas sebagai : Pembimbing Pendamping

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini telah menyelesaikan proses pembimbing skripsi :

Nama : Nindy Hero
NIM : 18510030
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Strategi Kepemimpinan Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Di CV. Sinar Bintang Niaga

NO	T A H A P A N	TANGGAL	KETERANGAN
01	Penunjukan Dosen Pembimbing	10 Oktober 2021	
02	Penyusunan Proposal Skripsi	27 Desember 2021	
03	Instrumen penelitian	18 Desember 2024	
04	Ijin Pelaksanaan Penelitian	20 Juni 2025	
05	Pengumpulan Data	25 Juni 2025	
06	Analisis Data	1 Juli 2025	
07	Penyusunan Laporan/Skripsi	10 Juli 2025	

Demikian berita acara bimbingan skripsi ini dibuat untuk diketahui dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pembimbing Utama,

Pembimbing Pendamping,

Prof. Dr. Hj. Edy Dwi K, SE., M.M

Pitaloka Dharma Ayu, S.E., MBA

NIDN. 0603037301

NIDN. 0617028803

Mengetahui
Dekan Ekonomi UNDARIS,

M. Arif Rahman, S.E., M.F.
NIDN. 0614068702



YAYASAN UNDARIS KABUPATEN SEMARANG
UNIVERSITAS DARUL ULUM ISLAMIC CENTRE SUDIRMAN GUPPI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Tentara Pelajar No. 13 Telp (024) 6923180, Fax. (024) 76911689 Ungaran Timur 50514

Website : undaris.ac.id email : info@undaris.ac.id

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini, Jumat tanggal, 25 Juli 2025 pukul 08.00 WIB, berdasarkan Keputusan Dekan Ekonomi UNDARIS No. 234/A.I/5/VII/2025 tanggal 25 Juli 2025 perihal Susunan Dosen Tim Penguji Skripsi bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi UNDARIS tingkat Sarjana (S1):

1. Nama lengkap : Nunuk Supraptini, S.E.,MM
Jabatan Akademik : Lektor
Pangkat / Golongan : Penata, III/c
Bertugas sebagai : Ketua Penguji
2. Nama lengkap : Prof. Dr. Dra. Hj. Edy Dwi K, SE., MM
Jabatan Akademik : Guru Besar
Pangkat / Golongan : Pembina Utama Muda, IV/c
Bertugas sebagai : Anggota
3. Nama lengkap : Pitaloka Dharma Ayu, S.E., MBA
Jabatan Akademik : Asisten Ahli
Pangkat / Golongan : Penata Muda, Tk. I, III/b
Bertugas sebagai : Anggota

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini telah diuji skripsinya,

Nama : Nindy Hero
NIM : 18510030
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Strategi Kepemimpinan Dalam Meningkatkan Volume Penjualan CV. Sinar Bintang Niaga

NILAI HASIL UJIAN : Angka = 76 Equivalent = AB

Demikian berita acara ujian skripsi ini dibuat untuk diketahui dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ketua,


Nunuk Supraptini,
S.E.,MM
NIDN. 0614086601

Anggota,


Prof. Dr. Dra. Hj. Edy
Dwi K, SE., MM
NIDN. 0603037301

Anggota,


Pitaloka Dharma Ayu,
S.E., MBA
NIDN. 0617028803

Mengenhui
Dekan Fakultas Ekonomi UNDARIS,


M. Arif Rakhman, S.E.,M.E.
NIDN. 0614068702

KARTU KONSULTASI SKRIPSI

Nama Mahasiswa : **NINDY HERO**
 NPM : 18.51.0030
 Fakultas / Progdil : Ekonomi dan Bisnis/Manajemen
 Pembimbing : 1. Prof. Dr. Hj. Edy Dwi Kurniati, SE. MM.
 2. Pitaloka Dharma Ayu, SE. MBA.
 Judul Skripsi : Strategi Kepemimpinan dalam meningkatkan Produktifitas Karyawan di PT. Sinar Bintang Niaga

No	Tanggal Konsultasi	Uraian Kegiatan Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing
1.	27 des 2021	Pengajuan judul	J. H. K.
2.	27 mei 2024	Pengajuan proposal	J. H. K.
3.	18 Des 2024	Proposal 1-3	J. H. K.
4.	11 Feb 2025	Proposal 1-3.	J. H. K.
5.	9 Jan 2025	Proposal 1-3	J. H. K.
6.	11 juni 2025	Proposal 1-3	J. H. K.
7.	13 juni 2025	Proposal 1-3	J. H. K.
8.	15 juni 2025	ACC Proposal	J. H. K.
9.	16 juli 2025	Skripsi 4-5	J. H. K.
10.	18 juli 2025	Skripsi 4-5	J. H. K.
11.	2 Agustus 2025	Perubahan judul skripsi	J. H. K.
12.		"Strategi Kepemimpinan Dalam	
13.		Meningkatkan Volume Pengajaran	
14.		Di CV. Sinar Bintang Naga"	
15.			
16.			
17.			
18.			
19.			
20.			
21.			
22.			
23.			
24.			
25.			
26.			
27.			
28.			
29.			
30.			