



## **STRATEGI PENGEMBANGAN PROGRAM PEMBINAAN UMKM BERBASIS KOMUNITAS UNTUK MENINGKATKAN MARKET GROWTH (STUDI KASUS WEGE LAPAK)**

**ANNISA FATHYA RAHMAH**



**PROGRAM STUDI BISNIS  
SEKOLAH BISNIS  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2025**



# IPB University

@Hak cipta milik IPB University



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## **PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Strategi Pengembangan Program Pembinaan UMKM Berbasis Komunitas untuk Meningkatkan *Market Growth* (Studi Kasus WEGE Lapak)” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2025

Annisa Fathya Rahmah  
K1401211097

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak mengurangi kepentingan yang wajar IPB University.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## ABSTRAK

ANNISA FATHYA RAHMAH. Strategi Pengembangan Program Pembinaan UMKM Berbasis Komunitas untuk Meningkatkan *Market Growth* (Studi Kasus WEGE Lapak). Dibimbing oleh SUHENDI dan ASEP TARYANA.

Pertumbuhan ekonomi merupakan indikator utama dalam menilai kemajuan suatu negara. Di Indonesia, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu sektor penting karena perannya dalam PDB dan penciptaan lapangan kerja. PT Wijaya Karya Bangunan Gedung Tbk memiliki program CSR unggulan bernama WEGE Lapak, sebuah komunitas yang dibentuk untuk mendukung UMKM di sekitarnya. Namun, strategi yang dijalankan dalam program ini dinilai belum optimal. Penelitian ini bertujuan menganalisis kondisi lingkungan WEGE Lapak serta merumuskan strategi prioritas untuk mendorong *market growth*. Metode yang digunakan mencakup analisis IFE dan EFE untuk menilai kondisi internal dan eksternal, analisis SWOT untuk merumuskan alternatif strategi, serta QSPM untuk menentukan prioritas strategi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi WEGE Lapak yang tepat adalah *grow and build* dengan tiga prioritas strategi, yaitu mengikuti memaksimalkan *e-commerce* dan teknologi digital untuk ekspansi pasar, mengintegrasikan program pemerintah dengan instansi lainnya untuk pengembangan program, serta bersinergi dengan komunitas lain untuk mengembangkan pasar baru.

Kata kunci: komunitas, manajemen strategi, *market growth*, pengembangan bisnis, UMKM

## ABSTRACT

ANNISA FATHYA RAHMAH. Strategy for Developing Community Based MSME Coaching Programs to Increase Market Growth (Case Study of WEGE Lapak). Supervised by SUHENDI and ASEPTARYANA.

*Economic growth is the main indicator in assessing the progress of a country. In Indonesia, Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) have become one of the important sectors due to their role in GDP and job creation. PT Wijaya Karya Bangunan Gedung Tbk has an outstanding CSR program called WEGE Lapak, a community formed to support the surrounding MSMEs. However, the strategies implemented in this program are considered not optimal. This research aims to analyze the environmental conditions of WEGE Lapak and formulate priority strategies to drive market growth. The methods used include IFE and EFE analysis to assess internal and external conditions, SWOT analysis to formulate alternative strategies, and QSPM to determine strategy priorities. The research results indicate that the appropriate strategy for WEGE Lapak is grow and build with three strategic priorities. Maximizing e-commerce and digital technology for market expansion, integrating government programs with other agencies for program development, and collaborating with other communities to develop new markets.*

*Keywords:* business development, community, market growth, MSMEs, strategic management



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025  
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

*Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.*

*Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.*



## **STRATEGI PENGEMBANGAN PROGRAM PEMBINAAN UMKM BERBASIS KOMUNITAS UNTUK MENINGKATKAN *MARKET GROWTH (STUDI KASUS WEGE LAPAK)***

**ANNISA FATHYA RAHMAH**

Skripsi  
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana pada  
Sekolah Bisnis



**@Hak cipta milik IPB University**

**IPB University**

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:  
1. Achmad Fadilah, S.E., M.Sc., Ph.D.  
2. Anggi Mayang Sari, S.Si., M.B.A.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah

.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Program Pembinaan UMKM Berbasis Komunitas untuk Meningkatkan *Market Growth* (Studi Kasus WEGE Lapak).

Nama : Annisa Fathyah Rahmah  
NIM : K1401211097

Disetujui oleh



Pembimbing 1:  
Dr. Suhendi, S.P., M.M.



Pembimbing 2:  
Dr. Asep Taryana, S.T.P., M.M.

Diketahui oleh



Ketua Program Studi Bisnis  
Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc.  
NIP. 197711262008122001



## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga proses penelitian ini berhasil diselesaikan dengan judul “Strategi Pengembangan Program Pembinaan UMKM Berbasis Komunitas untuk Meningkatkan *Market Growth* (Studi Kasus WEGE Lapak)” yang telah dilaksanakan sejak bulan Januari 2025 hingga bulan Juni 2025.

Terima kasih penulis ucapan kepada berbagai pihak yang telah berkontribusi dalam penelitian ini serta senantiasa memberikan arahan, bantuan, dan dukungannya. Secara khusus, penulis ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Suhendi, S.P., M.M. dan bapak Dr. Asep Taryana S.T.P., M.M. selaku komisi pembimbing yang telah memberikan saran, kritik, arahan, dan semangat dalam proses penelitian dan penulisan skripsi ini.
2. Bapak Ade Rudiana dan ibu Dewi Herlanti selaku orang tua peneliti yang telah memberikan saran, dukungan moril, finansial, dan dukungan-dukungan lain untuk keberhasilan studi S-1 peneliti.
3. Saudara dan saudari peneliti, Muhamad Daffa Aditya dan Alya Aslamiyah Rahmah atas semangat, dukungan, dan pengingat untuk peneliti.
4. Dosen seminar, ibu Dr. Nur Hasanah, S.Kom., M.Eng. yang telah memberikan kritik dan saran konstruktif untuk membangun dan memperbaiki penelitian ini.
5. Bapak, ibu, dan seluruh rekan kerja di PT Wijaya Karya Bangunan Gedung Tbk yang telah menemani, membantu, dan membimbing peneliti untuk beradaptasi dengan lingkungan perusahaan.
6. Seluruh responden dan informan penelitian ini yang telah bersedia meluangkan waktu, pikiran, dan pengalamannya untuk diteliti lebih jauh.
7. Seluruh dosen dan tenaga kependidikan Sekolah Bisnis IPB yang telah membimbing dan memfasilitasi peneliti selama masa perkuliahan.
8. Seluruh sahabat, teman, dan kolega peneliti yang telah membersamai, menjadi sumber semangat, teman untuk berbagi pikiran dan perasaan, serta sumber inspirasi penulis selama masa perkuliahan.
9. Seseorang yang tidak dapat peneliti sebutkan namanya, namun perannya sangat berarti sejak awal perkuliahan. Terima kasih atas semangat, ketenangan, dan dukungan yang selalu diberikan sepanjang perjalanan ini, termasuk dalam proses penyusunan penelitian.
10. Diri sendiri, Annisa Fathyah Rahmah. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini, sudah berhasil menyelesaikan apa yang telah dimulai, dan sudah berani untuk tidak takut gagal. Di tengah tantangan selama penyusunan penelitian ini, tetap mampu menunjukkan keteguhan dan ketulusan untuk terus melangkah. Berhenti menyalahkan diri sendiri, semoga pencapaian ini menjadi awal dari langkah-langkah baik selanjutnya.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juli 2025

*Annisa Fathyah Rahmah*



## DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN .....	ix
PENDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang	1
1.2    Rumusan Masalah	3
1.3    Tujuan	4
1.4    Manfaat	5
1.5    Ruang Lingkup	5
II TINJAUAN PUSTAKA .....	6
2.1    Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)	6
2.2    Komunitas	6
2.3    Manajemen Strategi Bisnis	7
2.4 <i>Market Growth</i>	7
2.5    Penelitian Terdahulu	8
2.6    Kerangka Pemikiran	11
III METODE .....	13
3.1    Waktu dan Tempat	13
3.2    Jenis dan Sumber Data	13
3.3    Metode Pengumpulan Data	13
3.4    Metode Penentuan Responden	14
3.5    Tahapan Penelitian	15
3.6    Teknik Analisis Data	16
IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	24
4.1    Gambaran Umum WEGE Lapak	24
4.2    Analisis Kondisi Internal dan Eksternal WEGE Lapak	26
4.3    Formulasi Strategi	32
4.4    Implementasi dan Evaluasi Strategi	41
V SIMPULAN DAN SARAN .....	43
5.1    Simpulan	43
5.2    Saran	43
DAFTAR PUSTAKA.....	44
LAMPIRAN .....	47
RIWAYAT HIDUP .....	59

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
 b. Pengutipan tidak menggunakan kepentingan yang wajar IPB University.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



1	Penelitian terdahulu	8
2	Jenis dan sumber data penelitian	13
3	Daftar responden	14
4	Tahapan penelitian	15
5	<i>Internal Factor Evaluation matrix (IFE)</i>	20
6	<i>External Factor Evaluation matrix (EFE)</i>	20
7	<i>SWOT matrix</i>	22
8	<i>Quantitative Strategic Planning matrix (QSP)</i>	23
9	Faktor internal program WEGE Lapak	29
10	Faktor eksternal program WEGE Lapak	32
11	Hasil IFE <i>matrix</i> program WEGE Lapak	33
12	Hasil EFE <i>matrix</i> program WEGE Lapak	34
13	<i>SWOT matrix</i> WEGE Lapak	37
14	Klasifikasi rekomendasi strategi berdasarkan strategi generik	39
15	Hasil perhitungan strategi prioritas pada QSP <i>matrix</i>	40

## DAFTAR GAMBAR

1	Kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia dua dekade terakhir	1
2	Jumlah tenant produk internal dan eksternal WEGE Lapak	2
3	Data pengikut instagram WEGE Lapak dan kompetitor	3
4	Data penjualan WEGE Lapak 2021-2024	4
5	Kerangka Pemikiran	12
6	Internal External <i>matrix</i>	21
7	Logo WEGE Lapak	25
8	Struktur manajemen WEGE Lapak	25
9	Alur pelaksanaan program WEGE Lapak	26
10	Hasil IE <i>matrix</i> program WEGE Lapak	35

## DAFTAR LAMPIRAN

1	Daftar pertanyaan wawancara terkait gambaran umum WEGE Lapak	48
2	Daftar pertanyaan wawancara dengan pihak internal terkait kondisi lingkungan WEGE Lapak	49
3	Daftar pertanyaan wawancara dengan pihak eksternal terkait kondisi lingkungan WEGE Lapak	51
4	Tabel pemberian bobot faktor internal dan eksternal WEGE Lapak	53
5	Tabel pemberian rating faktor internal dan eksternal WEGE Lapak	55
6	Perhitungan QSP <i>matrix</i>	57
7	Dokumentasi <i>in-depth interview</i> pihak internal dan eksternal WEGE Lapak	58