

ABSTRAK

PENENTUAN STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT DAN *QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX* (QSPM) UNTUK MENAIKKAN OMSET PENJUALAN PADA MASA PANDEMI COVID-19 (STUDI KASUS: UMKM RUKUN MAKMUR)

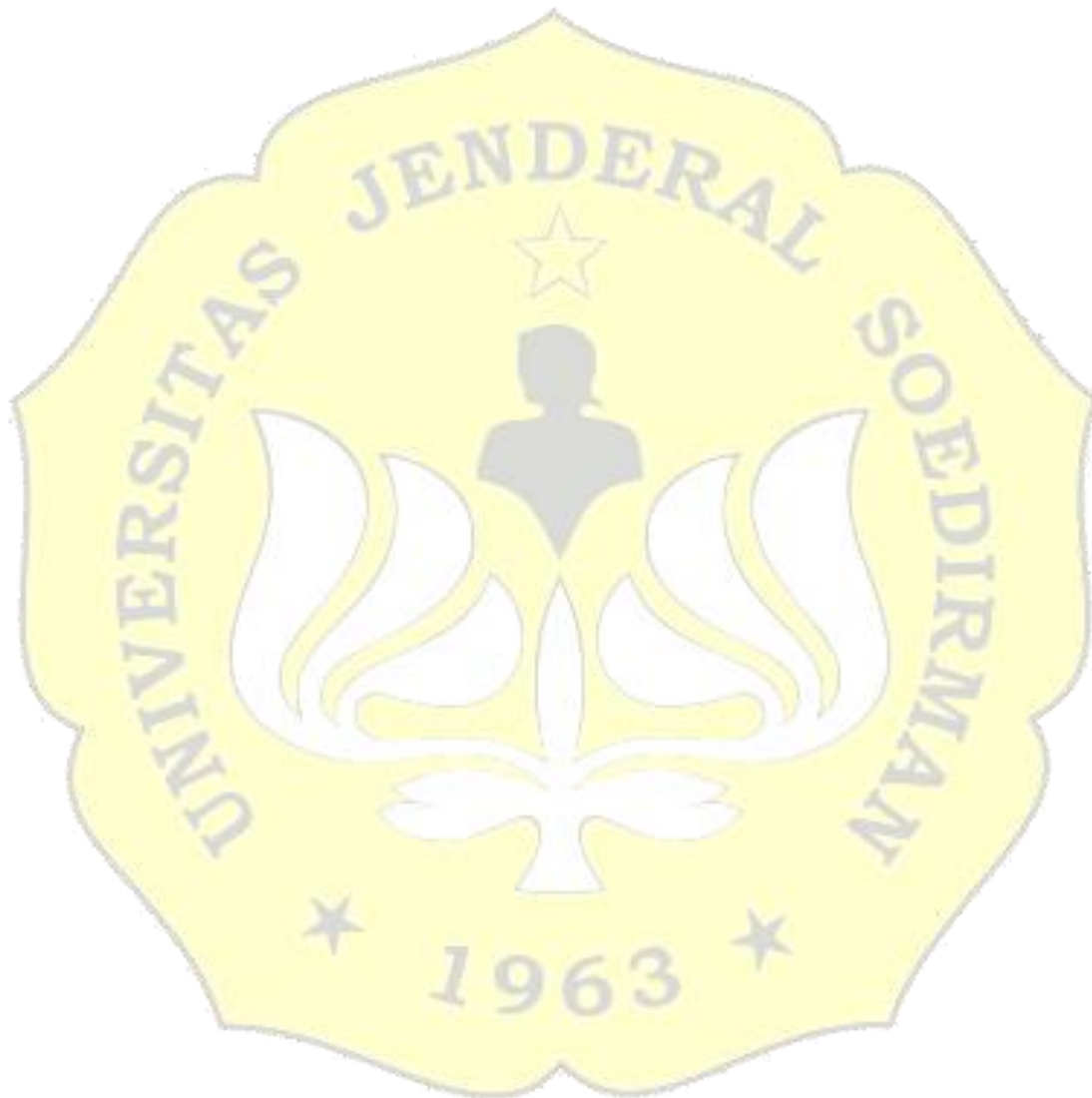
Alfi Khoerunisak Budi Utami

H1E017009

Rukun Makmur merupakan salah satu UMKM sektor perikanan yang terkena dampak dari Pandemi Covid 19. UMKM tersebut sudah berjalan selama 18 tahun dalam membudidaya lobster hias air tawar. Pada tahun 2019, penjualan UMKM Rukun Makmur mengalami peningkatan. Namun pada tahun 2020 UMKM Rukun Makmur mengalami dampak Pandemi Covid-19 sehingga mengalami penurunan penjualan. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk memberikan usulan strategi pengembangan untuk UMKM Rukun Makmur. Pendekatan analisis yang digunakan yaitu dengan *tools* berupa CPM (*Competitive Profil Matriks*), Matriks BCG (*Boston Consulting Group*), Matriks *Grand Strategy*, Matriks IE (Internal-Eksternal). Sedangkan untuk metode pengambilan keputusannya yaitu QSPM (*The Quantitative Strategic Planning Matrix*). Hasil dari penelitian ini yaitu posisi UMKM Rukun Makmur jika dibandingkan dengan para pesaing berada di urutan ke 2 setelah UMKM C dengan *score* 3.013. UMKM Rukun Makmur unggul pada faktor pengalaman, pembukuan, dan inovasi produk. Faktor yang tertinggal pada UMKM Rukun Makmur yaitu terkait *social media* (digitalisasi), jaringan, produktivitas, harga, dan teknologi. Kemudian, pertumbuhan pasar UMKM Rukun Makmur sebesar -0.339 berada di posisi medium dan berada di posisi rendah untuk pangsa pasarnya dengan *relative market share* sebesar 0.49. Selain itu, posisi UMKM Rukun Makmur berada di kuadran *Hold and Maintain* dengan total IFE sebesar 2.725 dan EFE sebesar 2.482. Hasil terakhir yaitu Strategi Pengembangan yang diprioritaskan untuk UMKM Rukun

Makmur yaitu *Market Penetration* dengan TAS 6.587, *Related Diversification* dengan TAS 6.067 kemudian *Product Development* dengan TAS 5.687.

Kata Kunci: Perumusan Strategi, Matriks IE, Matriks BCG, *Grand Strategy Matrix*, QSPM



ABSTRACT

DETERMINATION OF BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY USING SWOT ANALYSIS AND QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX (QSPM) TO INCREASE SALES TURNOVER DURING THE COVID-19 PANDEMIC (CASE STUDY: UMKM RUKUN MAKMUR)

Alfi Khoerunisak Budi Utami

H1E017009

Rukun Makmur is one of the MSMEs in the fisheries sector that has been affected by the Covid 19 pandemic. This MSME has been running for 18 years in cultivating freshwater ornamental lobster. In 2019, sales of MSME Rukun Makmur increased. However, in 2020, Rukun Makmur MSMEs experienced the impact of the Covid-19 pandemic, resulting in a decline in sales. Therefore, this study aims to provide a proposed development strategy for MSMEs Rukun Makmur. The analytical approach used is the tools in the form of CPM (Competitive Profile Matrix), BCG Matrix (Boston Consulting Group), Grand Strategy Matrix, IE Matrix (Internal-External). As for the decision-making method, namely QSPM (The Quantitative Strategic Planning Matrix). The result of this research is that the position of MSME Rukun Makmur when compared to competitors is in 2nd place after MSME C with a score of 3,013. MSME Rukun Makmur excels in the factors of experience, bookkeeping, and product innovation. Factors left behind in Rukun Makmur SMEs are related to social media (digitalization), networks, productivity, prices, and technology. Then, Rukun Makmur's MSME market growth of -0.339 was in the medium position and in the low position for its market share with a relative market share of 0.49. In addition, the position of MSME Rukun Makmur is in the Hold and Maintain quadrant with a total IFE of 2,725 and an EFE of 2,482. The final result is a development strategy that is prioritized for Rukun Makmur SMEs, namely Market Penetration with TAS 6,587, Related Diversification with TAS 6,067 then Product Development with TAS 5,687.

Keywords: Strategy Formulation, IE Matrix, BCG Matrix, Grand Strategy Matrix, QSPM.

