

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan usaha Depot Kusen Rahmat dari aspek produksi, sumber daya manusia, keuangan, dan pemasaran dengan menggunakan analisis SWOT dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). Data diperoleh dari 16 responden konsumen. Hasil analisis menunjukkan bahwa skor kekuatan internal tertinggi adalah proses produksi yang rapi dan terstruktur dengan nilai 0,509, sedangkan kelemahan utama terletak pada keterbatasan pemahaman teknis karyawan dengan nilai 0,158. Dari faktor eksternal, peluang terbesar berasal dari pelatihan yang meningkatkan kualitas layanan dengan skor 0,479, sementara ancaman terbesar adalah persaingan dengan produsen berbasis teknologi modern yang memiliki skor 0,186. Nilai total IFAS sebesar 1,368 dan EFAS sebesar 1,206 menempatkan posisi perusahaan dalam Kuadran I SWOT yang menunjukkan kondisi sangat menguntungkan dan mendukung penerapan strategi pertumbuhan agresif. Hasil QSPM menunjukkan bahwa strategi prioritas adalah layanan konsultasi desain langsung ke rumah dengan total attractiveness score (TAS) 2,799, diikuti oleh pembentukan tim pemasaran lapangan (2,657), pemesanan online terintegrasi (2,645), dan pemasaran digital (2,638). Temuan ini diharapkan dapat menjadi dasar dalam merancang strategi pengembangan usaha yang lebih terarah dan kompetitif bagi UMKM berbasis mebel seperti Depot Kusen Rahmat.

Kata Kunci : UMKM, SWOT, QSPM, Pengembangan Usaha, IFAS, EFAS

ABSTRACT

This study aims to analyze the business development strategy of Depot Kusen Rahmat from the aspects of production, human resources, finance, and marketing using SWOT analysis and the Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). Data were collected from 16 consumer respondents. The analysis results show that the highest internal strength score is structured and neat production processes, with a value of 0.509, while the main weakness lies in the employees' limited understanding of technical details, with a score of 0.158. From the external factors, the greatest opportunity comes from training programs that improve service quality, scoring 0.479, whereas the most significant threat is competition from modern technology-based producers, with a score of 0.186. The total IFAS score of 1.368 and EFAS score of 1.206 place the company in SWOT Quadrant I, indicating a highly favorable condition that supports the application of an aggressive growth strategy. The QSPM results show that the top priority strategy is offering home design consultation services with a Total Attractiveness Score (TAS) of 2.799, followed by establishing a field marketing team (2.657), integrated online ordering services (2.645), and digital marketing implementation (2.638). These findings are expected to serve as a basis for formulating more targeted and competitive business development strategies for furniture-based MSMEs such as Depot Kusen Rahmat.

Keywords: MSMEs, SWOT, QSPM, Development Strategy, IFAS, EFAS