

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan usaha pada Toko Yakin yang berlokasi di Jalan Pasar 16 Ilir Lorong Ogan No. 3 dengan menggunakan analisis SWOT, Matriks Internal Factor Evaluation (IFE), dan Matriks External Factor Evaluation (EFE). Penelitian ini dilatarbelakangi oleh terjadinya penurunan pendapatan yang disebabkan covid 19 serta perubahan perilaku konsumen dari belanja offline ke belanja online. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, kuisioner terhadap 6 orang responden, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa skor total Matriks IFE sebesar 3,75 yang mencerminkan posisi internal yang kuat, sedangkan skor total Matriks EFE sebesar 3,54 yang menunjukkan respons organisasi terhadap peluang dan ancaman di lingkungan eksternal berada pada kategori tinggi. Berdasarkan hasil analisis SWOT dan perhitungan matriks, Toko Daster Yakin berada pada Kuadran I yang mendukung penerapan strategi agresif. Strategi pengembangan usaha yang diterapkan meliputi peningkatan keterampilan tenaga kerja dalam pembuatan konten promosi yang menarik, pemberian promo dengan harga terjangkau untuk menarik dan mempertahankan pelanggan, serta pemanfaatan media sosial dan marketplace sebagai saluran penjualan guna memperluas jangkauan pasar dan menyesuaikan diri dengan perilaku konsumen yang semakin digital, dan melakukan pencatatan keuangan dengan rinci untuk memantau seluruh pengeluaran dan pemasukan agar lebih efisien.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan Usaha, Matriks IFE, Matriks EFE, Matriks SWOT, Diagram Analisis SWOT

ABSTRACT

This study aims to analyze the business development strategy of Toko Yakin, located at Jalan Pasar 16 Ilir, Lorong Ogan No. 3, by employing SWOT analysis, the Internal Factor Evaluation (IFE) Matrix, and the External Factor Evaluation (EFE) Matrix. The background of this research stems from a decline in revenue caused by the COVID-19 pandemic and changes in consumer behavior from offline to online shopping. The research method used is a descriptive qualitative approach, with data collected through interviews, with six respondents, direct observations, and documentation studies. The findings indicate that the total score of the IFE Matrix is 3.75, reflecting a strong internal position, while the total score of the EFE Matrix is 3.54, demonstrating that the organization's response to external opportunities and threats is in the high category. Based on the SWOT analysis and matrix calculations, Toko Daster Yakin is positioned in Quadrant I, which supports the application of an aggressive strategy. The business development strategies implemented include enhancing employees' skills in creating engaging promotional content, offering attractive promotions at affordable prices to attract and retain customers, utilizing social media and marketplace platforms as sales channels to expand market reach and adapt to increasingly digital consumer behavior, and maintaining detailed financial records to monitor all expenditures more efficiently.

Keywords: *Business Development Strategy, IFE Matrix, EFE Matrix, SWOT Matrix, SWOT Analysis Diagram*