

ABSTRAK

Perumusan Strategi Pengembangan Usaha Pada UMKM Bakso Kuntet Berdasarkan Analisis SWOT

Tiara Argarta
NPM 062240632901

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan merumuskan strategi pengembangan usaha pada UMKM Bakso Kuntet berdasarkan analisis SWOT dari aspek produksi, keuangan, sumber daya manusia, dan pemasaran. Metode yang digunakan adalah kualitatif dan kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Data penelitian diperoleh dari hasil observasi, wawancara kepada pemilik usaha dan karyawan serta penyebaran kuesioner kepada 30 konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Bakso Kuntet memiliki masing-masing 7 faktor internal dan eksternal. Faktor kekuatan utama yaitu usaha memiliki variasi menu yang beragam (0,31) sedangkan faktor kelemahan utama yaitu promosi digital melalui media sosial kurang maksimal (0,10). Kemudian, faktor peluang utama yaitu layanan pesan antar online dapat meningkatkan penjualan (0,32) sedangkan faktor ancaman utama yaitu persaingan harga yang cukup ketat (0,08). Diagram kuadran menunjukkan bahwa usaha berada pada posisi Kuadran I (0,98 ; 1,01) artinya strategi yang perlu diterapkan UMKM Bakso Kuntet adalah strategi agresif yaitu dengan memanfaatkan kekuatan untuk mengambil peluang yang ada.

Kata Kunci: Aspek Kewirausahaan, SWOT, Strategi Pengembangan Usaha

ABSTRACT

Formulating Business Development Strategies for Bakso Kuntet MSMEs Based on SWOT Analysis

Tiara Argarta
NPM 062240632901

The purpose of this study is to determine and formulate a business development strategy for Bakso Kuntet MSMEs based on a SWOT analysis of production, finance, human resources, and marketing aspects. The method used is qualitative and quantitative with a descriptive approach. Research data were obtained from observations, interviews with business owners and employees and distribution of questionnaires to 30 consumers. The results of the study indicate that Bakso Kuntet MSMEs have 7 internal and external factors each. The main strength factor is that the business has a diverse menu variety (0.31) while the main weakness factor is that digital promotion through social media is less than optimal (0.10). Then, the main opportunity factor is that online delivery services can increase sales (0.32) while the main threat factor is quite tight price competition (0.08). The quadrant diagram shows that the business is in Quadrant I (0.98; 1.01) meaning that the strategy that needs to be implemented by Bakso Kuntet MSMEs is an aggressive strategy, namely by utilizing strengths to take existing opportunities.

Keywords: Entrepreneurship Aspects, SWOT, Business Development Strategy