

ABSTRAK

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA UMKM PEMPEK NYAYU MENGUNAKAN PENDEKATAN ANALISIS SWOT DAN METODE *ANALYTIC HIERARCHY PROCESS* (AHP)

Rara Rahma Sati
062240632927

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan usaha pada UMKM Pempek Nyayu serta menentukan prioritas strategi yang tepat berdasarkan aspek produksi, keuangan, pemasaran, dan sumber daya manusia. Metode yang digunakan adalah analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) dan *Analytic Hierarchy Process* (AHP). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan utama UMKM Pempek Nyayu terletak pada lokasi usaha yang strategis di Sentral Pempek Palembang dengan skor tertinggi sebesar 0,449. Sementara itu, kelemahan utama yang dihadapi adalah informasi produk di media sosial masih terbatas dengan skor terendah sebesar 0,202. Pada faktor eksternal, peluang terbesar berasal dari media sosial memudahkan promosi produk secara luas dengan skor terbesar yaitu 0,442, sedangkan ancaman utama ketidakstabilan ekonomi menurunkan daya beli masyarakat dengan skor terendah sebesar 0,222. Hasil analisis SWOT menghasilkan titik koordinat (1,098;0,849) dengan total skor IFAS 3,224 dan EFAS 3,435 yang menempatkan usaha pada Kuadran I. Posisi ini menunjukkan bahwa UMKM berada dalam kondisi yang kuat serta memiliki peluang yang besar sehingga mendukung penerapan strategi pertumbuhan agresif (*growth-oriented strategy*). Selanjutnya, analisis AHP digunakan untuk menentukan prioritas strategi dari alternatif yang dihasilkan matriks SWOT. Hasilnya menunjukkan bahwa prioritas strategi utama adalah menjaga kualitas bahan baku dan cita rasa produk untuk mempertahankan keunggulan kompetitif dalam menghadapi persaingan usaha sejenis dengan bobot 0,0838. Prioritas berikutnya adalah menawarkan kualitas produk yang sebanding dengan harga (0,0801) dan memberikan program promosi serta loyalitas pelanggan (0,0614). Strategi tersebut menjadi fokus pengembangan usaha yang berkelanjutan dan berdaya saing.

Kata Kunci: AHP, Prioritas Strategi, Strategi Pengembangan Usaha, SWOT, UMKM

ABSTRACT

BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY OF PEMPEK NYAYU MSME USING SWOT ANALYSIS AND ANALYTIC HIERARCHY PROCESS (AHP)

Rara Rahma Sati
062240632927

This study aims to analyze the business development strategies of Pempek Nyayu MSME and determine the appropriate strategic priorities based on the aspects of production, finance, marketing, and human resources. The methods employed were SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) analysis and the Analytic Hierarchy Process (AHP). The results indicate that the main strength of Pempek Nyayu MSME is its strategic business location at the Palembang Pempek Center, with the highest score of 0.449. Meanwhile, its primary weakness is the limited product information available on social media, with the lowest score of 0.202. Regarding external factors, the greatest opportunity is the use of social media to facilitate widespread product promotion, with the highest score of 0.442, whereas the main threat is economic instability, which reduces consumers' purchasing power, with the lowest score of 0.222. The SWOT analysis produced coordinates of (1.098, 0.849), with total IFAS and EFAS scores of 3.224 and 3.435, respectively, placing the business in Quadrant I. This position indicates that the MSME is in a strong condition and has significant opportunities, thereby supporting the implementation of an aggressive growth strategy. Furthermore, the Analytic Hierarchy Process (AHP) was applied to determine the priority strategies derived from the SWOT matrix. The findings reveal that the top strategic priority is maintaining the quality of raw materials and the authentic taste of the products to sustain a competitive advantage in the face of increasing competition from similar businesses, with a priority weight of 0.0838. The next priorities are offering product quality that is commensurate with the price (0.0801) and implementing promotional programs and customer loyalty initiatives (0.0614). These strategies serve as the primary focus for achieving sustainable and competitive business development.

Keywords: AHP, Business Development Strategy, MSME, Strategy Priority, SWOT