

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA NASI CIPRAT DENGAN METODE ANALISIS SWOT DAN MATRIX QSPM

Oleh:
Misbahul Khasanah
C1B019042

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia hingga saat ini telah banyak berkontribusi untuk pertumbuhan ekonomi. Salah satunya UMKM di bidang kuliner, terutama usaha Nasi Ciprat di Provinsi Jambi. Usaha Nasi Ciprat merupakan salah satu UMKM yang sedang dikembangkan dengan membuka cabang di beberapa daerah. Akan tetapi, dalam perkembangannya usaha ini kerap kali menghadapi masalah. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengupas apa saja strategi yang dapat dilakukan guna mengembangkan usaha Nasi Ciprat. Penelitian ini menggunakan metode Analisis SWOT dan Matrix QSPM guna sebagai alat untuk pengambilan keputusan, sehingga akan menghasilkan strategi yang mapan dan mumpuni. Hasil dari skor rata-rata tertimbang untuk IFE adalah 3,07, sedangkan EFE adalah 3,24 dalam hal ini pada matriks IE menunjukkan posisi growth atau dalam tahap pertumbuhan. Pada penelitian ini menghasilkan 7 strategi alternatif yang diantaranya adalah strategi market penetration, strategi pemeliharaan mutu produk dan pelayanan, strategi tingkat fungsional, strategi tingkat perusahaan, strategi tingkat bisnis, strategi stabilitas, dan strategi intensif. Berdasarkan hasil dari 7 strategi tersebut dihasilkan strategi yang menjadi prioritas utama yaitu strategi market penetration dengan nilai TAS (Total Attractive Score) sebesar 6,45 menurut perhitungan dari QSPM.

Kata Kunci: *UMKM, Usaha Kuliner, Strategi Pengembangan, SWOT, QSPM*