

**PERUMUSAN STRATEGI PENGEMBANGAN PADA USAHA
BARU MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN QSPM DALAM
PERSPEKTIF ISLAM (Studi Kasus UMKM “Bubur Campur Bang
Joe” di Desa Bringkang, Kec. Menganti, Kab. Gresik)**

Nama Mahasiswa : Faizah Marifa Aini

NIM : 1031710021

Dosen Pembimbing : Ahmad Dahlan Malik, B.A.(Hons)., M.Ec., CFP®

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting diantaranya dapat mempercepat peningkatan pendapatan serta penyerapan tenaga kerja Dampak positif pandemi Covid-19 yaitu banyaknya masyarakat yang mengambil peluang untuk berbisnis, salah satunya adalah UMKM “Bubur Campur Bang Joe”. Tetapi, Bubur Campur Bang Joe sering menemui berbagai kendala, antara lain: kurangnya tenaga kerja dalam produksi dan memasarkan produknya, serta sulitnya memperoleh pelanggan, kondisi seperti ini menuntut pelaku usaha untuk lebih inovatif dalam merencanakan strategi yang tepat untuk mengembangkan usaha mereka. Penelitian ini membahas studi perumusan strategi pengembangan usaha baru pada UMKM “Bubur Campur Bang Joe” di Desa Bringkang, Kec. Menganti yang ditujukan untuk meningkatkan penjualan dan menjaga kualitas agar usaha tersebut mampu bertahan dalam jangka waktu yang panjang. Penelitian ini menerapkan jenis penelitian kualitatif menggunakan pendekatan studi kasus. Sumber data diperoleh dari data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi serta dokumentasi untuk mendapatkan informasi terkait faktor internal dan eksternal suatu usaha. Penyusunan strategi pengembangan menggunakan metode SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman usaha, sedangkan Matriks QSPM untuk menetapkan strategi alternatif utama. Analisis data dilakukan dengan menggunakan tiga tahap pelaksanaan yaitu tahap pemasukan (*input stage*), tahap pencocokan (*matching stage*), serta tahap pengambilan keputusan (*decision stage*). Adapun hasil penelitian berupa rekomendasi strategi prioritas utama yang memiliki skor atau nilai tertinggi untuk diterapkan pada usaha Bubur Campur Bang Joe yaitu merekrut tenaga kerja untuk bagian produksi dan pemasaran dengan nilai 0,439. Strategi urutan kedua adalah menambah variasi tambahan produk dengan nilai 0,428. Strategi urutan ketiga yaitu memperluas jaringan pemasaran dengan bekerjasama dengan pihak ketiga untuk meningkatkan permintaan produk dengan nilai 0,418. Alternatif diatas diharapkan dapat membantu usaha Bubur Campur Bang Joe dalam mengembangkan usahanya.

Kata Kunci: Perumusan Strategi, Pengembangan Usaha Baru, *Marketing Mix Syariah*, metode SWOT dan QSPM dalam perspektif Islam, UMKM “Bubur Campur Bang Joe”.

**FORMULATING STRATEGY FOR NEW BUSINESS
DEVELOPMENT USING SWOT AND QSPM METHODS IN
ISLAMIC PERSPECTIVE (Case Study of MSME “Bubur Campur
Bang Joe” in Bringkang Village, Menganti, Gresik)**

By : Faizah Marifa Aini
Student Identity Number : 1031710021
Supervisor : Ahmad Dahlan Malik, B.A.(Hons)., M.Ec., CFP®

ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) have a very important role including being able to accelerate the increase in income and employment. The positive impact of the Covid-19 pandemic is that many people take the opportunity to do business, one of which is the MSME "Bubur Campur Bang Joe". However, Bang Joe's Mixed Porridge often encounters various obstacles, including: lack of manpower, not yet having a strategic place to market its products, and difficulty in getting customers, conditions like this require business actors to be more innovative in planning the right strategy to develop their business. This study discusses the study of the formulation of a new business development strategy for UMKM "Bubur Campur Bang Joe" in Bringkang Village, Kec. Changing is intended to increase sales and maintain quality so that the business can survive in the long term. This research applies the type of qualitative research using a case study approach. Sources of data obtained from primary data and secondary data. Data collection techniques are carried out through interviews, observations and documentation to obtain information related to internal and external factors of a business. The development strategy formulation uses the SWOT method to determine the strengths, weaknesses, opportunities and threats of the business, while the QSPM Matrix is used to determine the main alternative strategies. Data analysis was carried out using three stages of implementation, namely the input stage, the matching stage, and the decision stage. The research results are in the form of recommendations for the main priority strategy that has the highest score or value to be applied to the "Bang Joe" Porridge Business, namely recruiting workers for the production and marketing division with a value of 0.439. The second order strategy is to add additional product variations with a value of 0.428. The third order strategy is to expand the marketing network by collaborating with third parties to increase product demand with a value of 0.418. The alternative above is expected to help Bang Joe's Mixed Porridge Business in developing its business.

Keywords: *Strategy Formulation, New Business Development, Sharia Marketing Mix, SWOT and QSPM methods in Islamic Perspective., UMKM "Bubur Campur Bang Joe"*