

ABSTRAK

UKM Abon dan Dendeng Sapi Cap Burung merupakan salah satu produsen abon di wilayah Boyolali. Selama ini produk yang dihasilkan oleh UKM Abon dan Dendeng Sapi Cap Burung dipasarkan di daerah Boyolali dan Jakarta. Permintaan abon dalam satu bulan, rata – rata adalah 2.500 kg. Permintaan ini cenderung stagnan, hal ini mengakibatkan UKM Abon dan Dendeng Sapi Cap Burung tidak mampu berkembang. Penelitian ini bertujuan menentukan strategi bersaing yang harus dilakukan UKM Abon dan Dendeng Sapi Cap Burung untuk meningkatkan daya saing di pasaran dengan menggunakan analisis SWOT dan QSPM.

Proses penentuan strategi bersaing dapat dicapai dengan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yakni kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman menggunakan matriks IFE dan EFE. Selanjutnya menentukan alternatif strategi dengan analisis SWOT dan menentukan prioritas strategi yang mampu diimplementasikan oleh UKM Abon dan Dendeng Sapi Cap Burung dengan menggunakan analisis QSPM.

Berdasarkan analisis SWOT yang sudah dilakukan diperoleh beberapa alternatif strategi yaitu, penetrasi pasar, meningkatkan kemampuan manajemen dan kerjasama, meningkatkan pelayanan konsumen, memanfaatkan kemajuan teknologi untuk pemasaran/ promosi, mengadakan atau mengikuti pelatihan bagi pimpinan dan karyawan, mempertahankan citra UKM, menyesuaikan harga jual dengan kondisi ekonomi saat ini, meningkatkan daya tarik produk, dan fokus terhadap omset daripada keuntungan. Selanjutnya untuk memperoleh strategi yang dapat diimplementasikan oleh UKM dilakukan analisis QSPM, dari analisis ini diperoleh strategi yang sesuai dan mampu diimplementasikan oleh UKM, yaitu strategi meningkatkan kemampuan manajemen dan kerjasama dengan skor TAS 6,5484.

Kata kunci : *strategi bersaing, IFE, EFE, SWOT, QSPM*

ABSTRACT

Abon and Dendeng Sapi Cap Burung is one of the shredded producers in Boyolali region. So far, the products produced by Abon dan Dendeng Sapi Cap Burung are marketed in the Boyolali and Jakarta areas. Request for abon in one month, on average is 2,500 kg. This demand tends to be stagnant, this has resulted in Abon dan Dendeng Sapi Cap Burung unable to develop. This study aims to determine the competitive strategy that must be done by Abon dan Dendeng Sapi Cap Burung to improve competitiveness in the market using SWOT and QSPM analysis.

The process of determining competitive strategies can be achieved by identifying internal and external factors, namely strengths and weaknesses as well as opportunities and threats using the IFE and EFE matrix. Next, determine the alternative strategies with SWOT analysis and determine the priority of strategies that can be implemented by Abon dan Dendeng Sapi Cap Burung using QSPM analysis.

Based on the SWOT analysis that has been carried out obtained several alternative strategies namely, market penetration, improving management capabilities and collaboration, increasing customer service, utilizing technological advances for marketing / promotion, holding or training for leaders and employees, maintaining the image of Industry, adjusting selling prices with current economic conditions, increase product attractiveness, and focus on turnover rather than profit. Furthermore, to obtain a strategy that can be implemented by Industry, QSPM analysis is carried out. From this analysis, an appropriate strategy can be obtained and able to be implemented by Industry, namely a strategy to improve management capabilities and collaboration with a TAS score of 6.5484.

Keywords: competitive strategy, IFE, EFE, SWOT, QSPM