

PERUMUSAN STRATEGI BISNIS USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH
(Studi pada Dongeng Kopi Ngemplak, Kabupaten Sleman Yogyakarta)
CHRYSANTHE ROSSETE OSE
NIM 141 15 0077
chrysantherossete@ymail.com

Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

ABSTRAKSI

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian terpenting dari perekonomian suatu negara, tidak terkecuali Indonesia. UMKM harus dapat ditingkatkan agar menjadi lebih baik dan mampu bersaing serta bertahan dengan cara mengembangkan strategi pengelolaan manajemen yang baik mencakup bidang produksi, keuangan, pemasaran, dan sumber daya manusia. Dongeng Kopi merupakan salah satu usaha yang berdiri pada tahun 2012 untuk mengembangkan usahanya agar dapat membantu pertumbuhan ekonomi maka perlu adanya strategi pengembangan yang tepat untuk meningkatkan pembangunan di masyarakat.

Penelitian ini dilakukan dalam bentuk survey. Dalam pengumpulan data penulis menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan dalam analisisnya, penulis menggunakan matriks IFE, EFE, SWOT (*Strength-Weakness-Opportunities-Threats*), dan QSPM untuk mendapatkan beberapa alternatif strategi.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui usaha apa saja yang dilakukan oleh pengusaha dalam pengembangan usaha dan kendala apa saja yang dihadapi oleh Dongeng Kopi dalam pengembangan usaha agar dapat meningkatkan usahanya.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, dapat di sampaikan bahwa strategi pengembangan yang dilakukan oleh Dongeng Kopi yaitu melakukan penelitian dan pengembangan secara rutin dalam rangka meningkatkan penjualan dan kualitas produk Dongeng Kopi, meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan pelanggan yang dimiliki oleh Dongeng Kopi, pengembangan produk untuk meningkatkan potensi usaha dengan berbagai daya tarik yang dimiliki oleh Dongeng Kopi, menjaga kepercayaan konsumen akan kualitas produk serta pelayanan yang diberikan sehingga terciptanya loyalitas konsumen, meningkatkan peluang pasar yang tersedia dengan memanfaatkan lokasi yang strategis serta menggunakan bahan baku yang berkualitas, meningkatkan kegiatan promosi melalui media sosial dan memaksimalkan website Dongeng Kopi yang sudah ada.

Kata Kunci : Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil, dan Menengah (UMKM)