

ABSTRAK

Inggita Nirwighuna, Nomor Mahasiswa 152200080, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul Penelitian “Analisis Strategi Pengembangan Usaha Dengan Menggunakan Model Matriks SWOT Dan QSPM Pada UMKM (Studi Pada UMKM Yanti Bathok *Craft*)” Pembimbing Rosalia Dwi Fadma Tjahjanti.

Pengembangan suatu usaha ditentukan oleh kemampuan suatu perusahaan dalam membangun strategi. Setiap perusahaan harus menggunakan strategi untuk mengembangkan usahanya. UMKM Yanti Batok *Craft* merupakan salah satu UMKM di Kabupaten Bantul yang bergerak di sektor ekonomi kreatif. Dari data penjualan pada tahun 2018-2020 mengalami lonjakan penurunan yang signifikan karena pandemi *covid-19*, dan pada tahun 2020-2023 belum mampu memperbaiki pendapatan dan mengembalikan kestabilan perusahaan seperti pada saat sebelum terjadinya Pandemi *covid-19*. Selain faktor tersebut, melihat potensi yang dimiliki UMKM Yanti Bathok *Craft* sangat disayangkan apabila produk yang dimiliki belum cukup dikenal masyarakat pada umumnya, karena saat ini perusahaan masih bergantung pada mitra tetap. Pemilihan strategi pengembangan usaha yang tepat dapat meningkatkan pendapatan dan meningkatkan visibilitas pasar.

Penelitian ini memiliki tujuan mengetahui posisi UMKM Yanti Bathok *Craft* berdasarkan matriks SWOT dan menyusun strategi pengembangan usaha yang tepat bagi UMKM Yanti Batok *Craft* berdasarkan metode analisis matriks QSPM. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner tertutup terhadap sepuluh informan. Teknik analisis data menggunakan tiga tahap yang meliputi Tahap Input (*Input stage*): Matriks IFE dan EFE, Tahap Pencocokan (*Matching Stage*): Diagram SWOT dan Matriks SWOT, dan Tahap Keputusan (*Decision Stage*): QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*).

Hasil analisis diagram SWOT menyatakan bahwa posisi UMKM Yanti batok *Craft* berada pada Kuadran I dengan hasil IFE sebesar 3,140 dan EFE sebesar 3,039. Dari hasil matriks SWOT diperoleh tiga alternatif strategi yang merupakan strategi S-O (*Strength-Opportunities*), yaitu strategi penetrasi pasar dan strategi pengembangan produk. Berdasarkan hasil QSPM, strategi pengembangan usaha yang tepat adalah strategi penetrasi pasar dengan dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk meningkatkan promosi guna meningkatkan penjualan, selain itu UMKM yanti Batok *Craft* juga dapat menjalin kerjasama dengan *Influencer*, *wedding organizer*, atau penyelenggara tur kota sebagai upaya peningkatan visibilitas pasar.

Kata Kunci: Manajemen Strategi, Strategi Pengembangan Usaha, SWOT, QSPM