

ABSTRAK

GO ENCIT adalah usaha yang bergerak di bidang *merchandise* Idol K Pop yang berlokasi di Ciracas, Jakarta Timur. Penjualannya dilakukan melalui sosial media seperti Twitter, Instagram, Line serta melalui platform *e-commerce* yaitu Shopee. Dalam usahanya di penjualan produk GO ENCIT masih kerap menghadapi beberapa masalah. Permasalahan yang sedang dihadapi oleh bisnis GO ENCIT seperti masalah pengembangan usaha GO ENCIT serta tidak stabilnya penjualan *merchandise* idol K-POP di dalam bisnis GO ENCIT. Sebagai bisnis baru bisnis *merchandise* K-pop, pemilik atau owner harus menyusun strategi yang baik agar dapat bertahan dalam persaingan di bidang usaha ini.

Pengembangan strategi ini dapat dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT dan QSPM. Analisis SWOT dilakukan dengan cara menentukan indikator-indikator SWOT dengan pemilik UMKM GO ENCIT dan mengirim kuisioner kepada responden. Hasil dari kuisioner akan dipakai untuk perhitungan IFAS, EFAS, dan IE untuk menentukan alternatif strategi. Kemudian dari hasil IFAS, EFAS, dan IE akan digunakan untuk melakukan perhitungan analisis QSPM.

Hasil penelitian menyatakan bahwa berdasarkan analisis deskriptif yang telah ditunjukkan oleh responden GO ENCIT bahwa IFAS menunjukkan 2,97 dan EFAS menunjukkan pada angka 3,10 sehingga IE yang terbentuk dari perpotongan IFAS dan EFAS yaitu pada kuadran I dari keseluruhan kuadran IE. Pada kuadran I membutuhkan mengembangkan dan membangun (*grow and build*). Berdasarkan analisis SWOT terdapat enam alternatif strategi akan menghasilkan usulan strategi pengembangan usaha. Berdasarkan hasil analisis QSPM, strategi yang diprioritaskan untuk diterapkan oleh UMKM GO ENCIT yaitu yaitu meningkatkan penjualan dengan *endorse* dengan skor TAS sebesar 6.234.

Kata Kunci: Pengembangan Usaha, K-Pop *Merchandise*, SWOT, QSPM

ABSTRACT

GO ENCIT is a business engaged in the sale of K-Pop idol merchandise, located in Ciracas, East Jakarta. Sales are conducted through social media platforms such as Twitter, Instagram, Line, as well as through the e-commerce platform Shopee. However, the business still faces several challenges. The main issues currently encountered by GO ENCIT include business development obstacles and unstable sales of K-Pop idol merchandise. As a new business in the K-Pop merchandise industry, the owner must develop effective strategies in order to remain competitive..

Strategy development can be carried out using SWOT and QSPM analyses. The SWOT analysis is conducted by identifying SWOT indicators together with the owner of GO ENCIT and distributing questionnaires to respondents. The results of the questionnaires are used to calculate IFAS, EFAS, and IE matrices to determine alternative strategies. The outcomes of IFAS, EFAS, and IE are then used as the basis for the QSPM analysis.

The results of the study indicate that based on the descriptive analysis provided by the respondents, the IFAS score is 2.97 and the EFAS score is 3.10. This places the business in Quadrant I of the IE matrix, which suggests a "grow and build" strategy. Based on the SWOT analysis, six alternative strategies were identified for business development. According to the QSPM analysis, the top-priority strategy for GO ENCIT is to increase sales through endorsements, with a Total Attractiveness Score (TAS) of 6.234.

Keywords: Business Development, K-Pop Merchandise, SWOT, QSPM