

## ABSTRAK

Ry Craft merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang handicraft telah menjalankan bisnisnya selama 10 yang mencoba menangkap peluang bisnis sebagai usaha mencapai keuntungan. Dalam melakukan bisnisnya, proses produksi pada UKM Ry Craft membutuhkan waktu yang cukup lama karena dikerjakan seorang diri oleh pemilik UKM. Hal ini dikarenakan, pemilik menganggap kemampuan pegawai yang dimiliki tidak sesuai dengan keterampilan yang harus dimiliki untuk membuat aksesoris yaitu harus didasari oleh pegawai yang memiliki *art sense* yang sama dengan pemilik sehingga aksesoris yang dihasilkan tidak berbeda bentuk maupun makna. Seiring dengan munculnya pandemi di dunia, kendala yang dihadapi UKM Ry Craft pun semakin banyak karena UKM ini tidak dapat memasarkan produknya di pusat perbelanjaan besar karena tutupnya pusat perbelanjaan tersebut akibat pandemi sehingga pada awal bulan Februari, UKM ini mengembangkan bisnisnya ke dunia fashion dan berencana akan menjual produk-produk baju muslim untuk mendapatkan profit lebih dari hasil berjualan pakaian muslim. Penelitian ini dilakukan sebagai bentuk usaha perancangan strategi bisnis yang baru, serta strategi SDM karena perlu diingat bahwa sumber daya manusia manusia sendiri sebagai faktor produksi, seperti halnya faktor produksi yang lainnya, merupakan masukan (input) yang diolah oleh suatu organisasi dan menghasilkan keluaran (output). Dalam pencapaian perancangan strategi bisnis maupun strategi SDM yang baru digunakan metode observasi dengan pengumpulan data menggunakan data wawancara serta kuisioner. Dengan direncanakannya strategi bisnis serta strategi SDM yang baru diharapkan UKM Ry Craft dapat mewujudkan tujuannya mengembangkan bisnis ke sektor *fashion*.

**Kata kunci:** Strategi perencanaan SDM, UKM, wawancara, kuisioner, strategi bisnis, *benchmarking*, SWOT.