

ABSTRAK

Situasi pasca pandemi COVID-19 secara bertahap kembali normal. Pandemi COVID-19 telah memengaruhi banyak sektor dan subsektor ekonomi global. Penurunan daya beli atas suatu produk telah diamati di kalangan masyarakat di seluruh dunia karena mereka bersiap menghadapi masa-masa sulit pada saat itu. Negara-negara sedang mengambil langkah-langkah untuk memperkuat ekonomi mereka guna pemulihan yang lebih cepat dari pandemi yang dialami. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah salah satu sektor yang terdampak oleh pandemi COVID-19. ByAyussa adalah sebuah UMKM yang bergerak di industri Makanan dan Minuman. ByAyussa fokus pada penjualan nasi bakar sebagai menu utamanya, dan juga menawarkan makanan lain seperti Gyu Don, mie goreng dadakan, nasi campur Bali, dan lain-lain. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menentukan mengapa ByAyussa sering gagal mencapai target penjualan bulanannya. Untuk mengatasi masalah yang dihadapi oleh ByAyussa, digunakan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) dan metode QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix). Analisis SWOT dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja ByAyussa. Ditemukan bahwa kekuatan ByAyussa termasuk penggunaan bahan-bahan lokal dan organik, menu yang beragam, dan manajemen keuangan yang baik. Namun, ada juga kelemahan, seperti rendahnya kesadaran merek dan keterlibatan pelanggan yang tidak konsisten. Analisis eksternal mengungkapkan peluang seperti tren meningkatnya makanan sehat dan permintaan akan bahan-bahan sehat. Di sisi lain, ada ancaman, termasuk persaingan yang intens dan perubahan permintaan konsumen. Berdasarkan analisis yang dilakukan, metode QSPM digunakan untuk memberikan prioritas pada strategi-strategi alternatif. Strategi-strategi yang dipilih bertujuan untuk mengatasi kelemahan, memaksimalkan peluang yang ada, dan mengurangi ancaman terhadap ByAyussa. Strategi-strategi ini termasuk penetrasi pasar melalui upaya pemasaran, memaksimalkan keterlibatan pelanggan melalui program loyalitas, meningkatkan kegiatan promosi untuk mencapai lebih banyak konsumen, bekerja sama dengan influencer lokal yang sejalan dengan visi ByAyussa, memperkuat kampanye pemasaran untuk menunjukkan manfaat penggunaan bahan-bahan lokal dan

organik, serta tetap responsif terhadap permintaan konsumen. Strategi-strategi yang telah dirumuskan diharapkan dapat berkontribusi pada penjualan ByAyussa, memperluas pangsa pasar, dan memperkuat posisinya dalam industri yang kompetitif. ByAyussa sebaiknya mempertimbangkan untuk menerapkan strategi-strategi ini sambil memantau tren pasar dan preferensi konsumen agar dapat dengan mudah beradaptasi dan tetap kompetitif di masa depan.

Kata Kunci: ByAyussa, Performa Penjualan, Analisis SWOT, QSPM, Rekomendasi Strategi