

ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil Menengah memiliki kontribusi atas perputaran ekonomi yang sangat besar di Indonesia. Proses digitalisasi dan perkembangan zaman menjadi tantangan tersendiri bagi UMKM untuk mampu terus menerus memperbesar potensi serta porsi usaha mereka. Berdikari adalah salah satu UMKM yang bergerak di bidang distribusi industri ayam sejak tahun 1998 dengan harapan mampu mencukupi kebutuhan masyarakat sekitar Pasar Kranji, Bekasi Barat. Ancaman dan tantangan yang dihadapi oleh Berdikari pada industri ayam cukup besar. Namun, terdapat banyak sekali peluang dan potensi yang dimaksimalkan oleh Berdikari agar dapat terus maju dan berkembang.

Di sisi lain, perlu adanya sebuah proses perancangan strategi dengan cara SWOT dan QSPM agar dapat menyesuaikan kebutuhan Berdikari. Penelitian ini bertujuan untuk menyajikan alternatif strategi bagi Berdikari berdasarkan QSPM.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *mix method* dengan penjabaran deskriptif. Terdapat 8 narasumber yang akan menjadi objek pengambilan data dengan rincian 3 narasumber internal dan 5 narasumber eksternal yang harapannya mampu mencakup seluruh sudut pandang yang tersedia.

Penelitian ini menemukan bahwa visi awal Berdikari perlu disesuaikan menjadi "Menjadi Penyedia Ayam Berkualitas Terjamin dan Terpercaya di Bekasi" untuk menekankan keunikan perusahaan. Misi yang direkomendasikan adalah "Kami berkomitmen untuk melayani pelanggan di seluruh Bekasi dengan harga yang kompetitif." Hasil analisis Matriks IFE dan EFE menunjukkan kondisi internal Berdikari berada pada tingkat rata-rata (skor 2.824) dan kemampuan dalam memanfaatkan peluang serta menghadapi ancaman dengan baik (skor 3.428). Berdasarkan Matriks IE dan SWOT, direkomendasikan sepuluh strategi alternatif, termasuk penetrasi pasar dan pengembangan produk. Penelitian ini menyusun strategi untuk UMKM Berdikari agar lebih kompetitif di industri ayam broiler. Penggunaan QSPM menentukan strategi prioritas "*Overall Cost Leadership*" dengan nilai TAS tertinggi 18.824. Implementasi strategi ini diharapkan meningkatkan posisi kompetitif dan kepercayaan pelanggan, yang akan berkontribusi pada pengembangan usaha Berdikari di masa depan.

Dengan hasil ini, penelitian ini juga memberikan landasan bagi penelitian selanjutnya untuk menguji efektivitas strategi prioritas yang dipilih serta mengembangkan strategi-strategi lanjutan yang lebih komprehensif. Penelitian ini menyarankan Berdikari untuk fokus pada kualitas produk dan harga bersaing sebagai kunci dalam menghadapi persaingan industri yang ketat.

Kata Kunci: UMKM, SWOT, QSPM, Pengembangan Strategi, Ayam Broiler