

ABSTRAK

UMKM memainkan peranan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi Indonesia, khususnya di sektor makanan dan minuman yang terus berkembang. Bola Ubi Bobiboy merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang kuliner dengan produk camilan berbahan dasar ubi. UMKM ini menghadapi berbagai macam tantangan mulai dari fluktuasi omset akibat ketergantungan pada konsumen mahasiswa, sistem manajemen yang belum tertata optimal, hingga kendala dalam kualitas bahan baku karena faktor cuaca. Penelitian ini dilakukan untuk merumuskan strategi pengembangan bisnis guna meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha di tengah persaingan industri makanan yang semakin ketat.

Tujuan dari penelitian ini adalah merumuskan strategi bisnis yang tepat bagi Bobiboy melalui analisis faktor internal dan eksternal. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan manajemen strategi berdasarkan kerangka kerja formulasi strategi dari David, yang terdiri dari tiga tahap utama: tahap input (IFE dan EFE), tahap pencocokan (SWOT dan IE), dan tahap keputusan (QSPM). Data diperoleh dari tujuh narasumber, termasuk pemilik, karyawan, akademisi, kompetitor, dan konsumen. Hasil dari pengolahan data kualitatif ini digunakan untuk menyusun strategi pengembangan yang paling relevan terhadap kondisi nyata usaha.

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai total IFE sebesar 2,43941 menunjukkan bahwa kondisi internal Bobiboy berada pada posisi yang cukup seimbang antara kekuatan dan kelemahan. Sementara itu, nilai EFE sebesar 2,49313 menunjukkan bahwa Bobiboy memiliki peluang yang sedikit lebih besar dibandingkan ancaman eksternal. Berdasarkan posisi IE, Bobiboy berada pada kuadran V (Hold and Maintain), yang mengindikasikan bahwa Bobiboy berada dalam posisi rata-rata dan disarankan untuk menjaga stabilitas bisnis sambil melakukan perbaikan bertahap terhadap kelemahan yang ada. Melalui analisis SWOT diperoleh 13 strategi alternatif yang mencakup strategi SO, WO, ST, dan WT, kemudian diseleksi melalui QSPM menjadi lima strategi utama berdasarkan nilai TAS tertinggi.

Strategi prioritas yang terpilih berdasarkan nilai TAS tertinggi adalah mengembangkan jangkauan pasar melalui media sosial serta membuat konten promosi yang konsisten terkait rasa, kualitas, dan pelayanan. Strategi lainnya termasuk menyesuaikan perencanaan promosi sesuai musim, meningkatkan kapabilitas SDM dan teknologi, mempertahankan kualitas produk sambil mengikuti tren pasar, serta mengembangkan sistem pencatatan usaha yang efisien. Strategi-strategi ini diharapkan dapat meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing usaha Bobiboy di masa depan.

Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dalam penerapan metode SWOT dan QSPM untuk UMKM, serta memberikan manfaat praktis bagi pelaku usaha untuk merumuskan strategi bisnis berbasis data dan pendekatan sistematis. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan pendekatan kuantitatif yang lebih luas, serta melakukan evaluasi berkala dan *benchmarking*.

Kata Kunci: UMKM, Formulasi Strategi, SWOT, QSPM, Strategi Manajemen