

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DI UMKM MORANG MORENG SNACK SIDOARJO PADA SAAT PANDEMI COVID 19

Salva Salsabila, Setiani*

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Trunojoyo Madura

*email: setiani@trunojoyo.ac.id

ABSTRAK

Perekonomian Indonesia telah mengalami pertumbuhan dan mulai pulih, tetapi UMKM Morang Moreng Snack masih belum keluar dari dampak pandemi covid 19. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kondisi internal dan eksternal, merumuskan strategi alternatif dan prioritas strategi untuk UMKM Morang Moreng Snack. Pengambilan data dilakukan mulai November 2022 sampai Januari 2023 serta dianalisis menggunakan IFAS-EFAS, SWOT dan QSPM. Hasil analisis IFAS EFAS menunjukkan bahwa memiliki hubungan baik dengan mitra usaha dan kurangnya pengawasan dalam manajemen usaha, belum maksimalnya produksi merupakan kekuatan dan kelemahan utama, sedangkan peluang dan ancaman utama yang dihadapi adalah peluang pasar yang luas, peluang bertambahnya mitra usaha, banyak media sosial dengan fitur-fiturnya untuk meningkatkan pemasaran dan harga packaging yang mahal. Morang Moreng Snack berada pada posisi yang melemah tetapi masih memiliki peluang, sehingga direkomendasikan untuk menerapkan retrenchment strategy melalui evaluasi dan perbaikan dalam pengiriman produk.

Kata kunci: Covid 19, Morang Moreng Snack, QSPM, SWOT, UMKM

BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY IN MORANG MORENG SNACK SIDOARJO MSMEs DURING THE COVID 19 PANDEMIC

ABSTRACT

The Indonesian economy has experienced growth and is starting to recover, but Morang Moreng Snack MSMEs are still not out of the impact of the covid 19 pandemic. The purpose of this research is to determine internal and external conditions, formulate alternative strategies and prioritize strategies for Morang Moreng Snack MSMEs. Data was collected from November 2022 to January 2023 and analyzed using IFAS-EFAS, SWOT and QSPM. The results of the IFAS EFAS analysis show that having good relations with business partners and the lack of supervision in business management, not yet maximizing production are the main strengths and weaknesses, while the main opportunities and threats faced are broad market opportunities, opportunities for additional business partners, lots of social media with its features to increase marketing and expensive packaging prices. Morang Moreng Snack is in a weakened position but still has opportunities, so it is recommended to implement a retrenchment strategy through evaluation and improvement in product delivery.

Keywords: Covid 19, Morang Moreng Snack, QSPM, SWOT, MSME