

Abstrak

Peneilitian ini berfokus pada mendapatkan faktor-faktor yang berpengaruh dalam pengembangan usaha rambak kulit sapi dan juga mendapatkan strategi yang tepat untuk meningkatkan pengembangan usaha kerupuk rambak kulit sapi Bapak Masrukin dengan pendekatan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). penelitian ini menggunakan metode *Participatory Action Research* dimana peneliti terlibat langsung dalam setiap aktivitas perusahaan selama kurang lebih satu bulan dengan penilaian otentik dan observasi langsung dengan analisis pengembangan usaha *melalui Bussines model canvas*, penyusunan strategi melalui matrix SWOT dan diputuskan melalui analisis *quantitative strategic planning matrix* (QSPM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan kerupuk rambak kulit sapi milik Bapak Masrukin dapat mengembangkan usahanya dengan memperluas pangsa pasar dengan menambahkan varian rasa agar menciptakan brand yang kuat dalam pasar dan juga menjaga pelayanan untuk kepuasan konsumen. Memperluas saluran distribusi dan memperbanyak promosi melalui media sosial Facebook dan Instagram yang dapat membantu pemasaran offline serta menciptakan brand image yang disebabkan promosi serta periklanan untuk era sekarang yang telah berubah media tradisional menjadi modern. memperbanyak promosi menjadi faktor dalam penetrasi pasar yang sangat signifikan.

Kata Kunci : *Bussines model canvas, SWOT, Quantitative Strategic Planning Matrix*

Abstract

This research focuses on getting the factors that influence the development of the cowhide rambak business and also getting the right strategy to increase the development of Mr. Masrukin's rambak business with a Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) approach. This study uses the Participatory Action Research method where researchers are directly involved in every company activity for approximately one month with authentic assessment and direct observation with business development analysis through the Bussines model canvas, strategy formulation through the SWOT matrix and decided through quantitative strategic planning matrix (QSPM). The results showed that the cowhide rambak company owned by Mr. Masrukin could expand its business by expanding its market share by adding flavor variants in order to create a strong brand in the market and also maintain service for customer satisfaction. Expanding distribution channels and increasing promotions through social media Facebook and Instagram which can help offline marketing and create a brand image caused by promotions and advertising for the current era where traditional media has turned into modern. increasing promotions is a very significant factor in market penetration.

Keyword : *Bussines model canvas, SWOT, Quantitative Strategic Planning Matrix*