

Akhirta Fadila Sahila Rizqi. NPM 190331100055. Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Kerupuk Rambak Klayatan Malang Dengan Metode SWOT dan QSPM. Dibawah Bimbingan dari **Mojiono, S.TP., M.Si dan Khoirul Hidayat, S.T., M.T.**

ABSTRAK

UKM Kriuk merupakan UKM yang memproduksi keripik dan kerupuk, salah satunya kerupuk kulit atau yang biasa disebut kerupuk rambak. Kerupuk rambak di UKM Kriuk ini mengalami permasalahan dalam persaingan didunia pasar. Mengingat tidak semua kalangan menyukai produk ini sebab produk yang memiliki ketahanan yang singkat, jika dibandingkan dengan produk UKM Kriuk yang lain kerupuk rambak ini adalah produk yang masih kalah dalam segi penjualan atau persaingannya apalagi juga masih kurang dalam hal promosi. Kerupuk rambak dengan merk dagang “Camilan Kriuk” ini memiliki umur simpan yang tidak terlalu lama karena produk yang mudah melempem, mengingat yang dijual adalah kerupuk rambak matang. Tujuan dari penelitian yang dilakukan yaitu menentukan strategi dalam peningkatan daya saing kerupuk rambak di UKM Kriuk melalui metode SWOT dan QSPM. Penelitian ini menggunakan analisis matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*), matriks EFE (*External Factor Evaluation*), SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) dan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matriks*). Hasil analisis data didapatkan total skor dari masing-masing faktor adalah pada matriks IFE terdapat 10 faktor internal dengan total skor 2,939 sedangkan pada matriks EFE terdapat 10 faktor eksternal dengan total skor 2,997. Berdasarkan hasil analisis strategi peningkatan daya saing kerupuk rambak menggunakan metode SWOT dapat disimpulkan bahwa strategi pada UKM Kriuk berada pada posisi agresif. Strategi yang diterapkan oleh UKM Kriuk adalah strategi S-O (*Strengths-Opportunities*). Pada hasil analisis menggunakan metode QSPM dapat disimpulkan bahwa strategi yang di prioritaskan adalah strategi nomor 1 yaitu membangun dan mengembangkan usaha dengan *Total Attractive Score* sebesar 5,977.

Kata Kunci : *EFE, IFE, Rambak, Strategi Peningkatan, SWOT, QSPM.*

Akhirta Fadila Sahila Rizqi. NPM 190331100055. Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Kerupuk Rambak Klayatan Malang Dengan Metode SWOT dan QSPM. Dibawah Bimbingan dari **Mojiono, S.TP., M.Si dan Khoirul Hidayat, S.T., M.T.**

ABSTRACT

UKM Kriuk is an UKM that produces chips and crackers, one of which is skin crackers or what are usually called "Kerupuk Rambak". Kerupuk rambak at UKM Kriuk are experiencing problems in competition in the world market. Bearing in mind that not everyone likes this product because it has a short shelf life, when compared to other UKM Kriuk products, kerupuk rambak is a product that is still inferior in terms of sales or competition, not to mention lacking in terms of promotion. Kerupuk rambak with the trademark "Camilan Kriuk" have a shelf life that is not too long because the product easily goes sour, considering that what is being sold is cooked kerupuk rambak. The aim of the research carried out is to determine strategies for increasing the competitiveness of kerupuk rambak in UKM Kriuk through the SWOT and QSPM methods. This research uses IFE (Internal Factor Evaluation) matrix analysis, EFE (External Factor Evaluation) matrix, SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) and QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix). The results of data analysis showed that the total score for each factor was that in the IFE matrix there were 10 internal factors with a total score of 2.939, while in the EFE matrix there were 10 external factors with a total score of 2.997. Based on the results of the strategy analysis to increase the competitiveness of Rambak crackers using the SWOT method, it can be concluded that the strategy at UKM Kriuk is in an aggressive position. The strategy implemented by UKM Kriuk is the S-O (Strengths-Opportunities) strategy. From the results of the analysis using the QSPM method, it can be concluded that the strategy prioritized is strategy number 1, namely building and developing a business with a Total Attractive Score of 5.977.

Keywords: EFE, IFE, Rambak, Improvement Strategy, SWOT, QSPM.