

ABSTRAK

UD. FHS merupakan UMKM sarung tenun di Kabupaten Lamongan yang menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat. Permasalahan yang dihadapi meliputi rendahnya *brand awareness*, pemasaran yang belum optimal, dan kesesuaian produk dengan selera pasar yang masih perlu ditingkatkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangan bisnis, merumuskan alternatif strategi, serta menentukan strategi prioritas bagi UD. FHS. Penelitian ini menggunakan metode SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, serta metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) untuk menentukan prioritas strategi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UD. FHS memiliki kondisi internal yang mampu merespon lingkungan eksternal dengan baik, yang ditunjukkan oleh nilai Matriks IFE sebesar 3,54 dan Matriks EFE sebesar 3,58. Analisis SWOT menghasilkan beberapa alternatif strategi pengembangan bisnis, meliputi peningkatan promosi digital melalui media sosial dan *marketplace*, pengembangan variasi desain produk, peningkatan pengelolaan data pelanggan dan efisiensi penggunaan bahan baku, serta peningkatan kapasitas produksi. Hasil analisis QSPM menunjukkan bahwa strategi prioritas utama adalah meningkatkan efektivitas promosi digital melalui media sosial dan *marketplace* dengan nilai Total *Attractiveness Score* (TAS) sebesar 5,79. Selain itu, penelitian ini mendukung SDGs 8 (*Decent Work and Economic Growth*) dan SDGs 9 (*Industry, Innovation, and Infrastructure*) melalui penguatan UMKM berbasis kearifan lokal dan inovasi produk.

Kata kunci: Pengembangan Bisnis, SWOT, QSPM, Sarung Tenun, SDGs.

ABSTRACT

UD. FHS is a woven sarong MSME in Lamongan Regency that faces increasingly fierce business competition. The problems faced include low brand awareness, marketing that is not optimal, and product suitability with market tastes that still need to be improved. This research aims to identify internal and external factors that affect business development, formulate alternative strategies, and determine priority strategies for UD. FHS. This study uses SWOT methods to identify strengths, weaknesses, opportunities, and threats, as well as the Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) method to determine strategy priorities. The results of the study show that UD. FHS has internal conditions that are able to respond well to the external environment, which is indicated by the IFE Matrix value of 3.54 and the EFE Matrix of 3.58. The SWOT analysis resulted in several alternative business development strategies, including increasing digital promotion through social media and marketplaces, developing product design variations, improving customer data management and raw material use efficiency, and increasing production capacity. The results of QSPM analysis show that the main priority strategy is to increase the effectiveness of digital promotions through social media and marketplaces with a Total Attractiveness Score (TAS) value of 5.79. In addition, this research supports SDGs 8 (Decent Work and Economic Growth) and SDGs 9 (Industry, Innovation, and Infrastructure) through strengthening MSMEs based on local wisdom and product innovation.

Keywords: Business Development, SWOT, QSPM, Weaving Covers, SDGs.