

ABSTRAK

Perkembangan usaha kuliner menunjukkan kemajuan yang sangat pesat di Indonesia. Masyarakat sekarang mulai konsumtif dalam hal membeli makanan. Kedai Mielihlo dan Miekiro adalah salah satu usaha yang bergerak dibidang kuliner mie. Mie menjadi pilihan masyarakat sebagai makanan pengganti nasi. Terutama mie pedas yang sekarang sedang ramai dikalangan masyarakat baik anak-anak hingga orang dewasa. Pada sisi yang lain sebuah usaha tentu tidak lepas dari persaingan dalam lingkup bisnis yang sama, seperti pada Kedai Mielihlo dan Miekiro yang mengalami penurunan omset penjualan yang diakibatkan oleh munculnya pesaing usaha sejenis. Berdasarkan hal tersebut penting untuk melakukan pengembangan strategi untuk memperbaiki strategi usaha agar tetap bertahan dan eksis dikalangan masyarakat. Oleh karena itu diperlukan perencanaan strategi untuk mengembangkan usaha menggunakan metode SWOT dan QSPM. Langkah awal penelitian ini dimulai dengan melakukan analisis faktor *internal* dan *eksternal* pada usaha Kedai Mielihlo dan Miekiro. Hasil dari analisis SWOT diperoleh strategi SO (*Strength - Opportunities*) dengan hasil matriks IE berada di sel I yang artinya kondisi usaha yang tumbuh dan berkembang, diagram SWOT berada di kuadran I dengan titik koordinat (0.30,0.09). Selanjutnya metode QSPM digunakan untuk menentukan prioritas strategi yang paling efektif. Hasil perhitungan menggunakan metode QSPM diperoleh prioritas strategi yaitu melakukan promosi melalui berbagai *platform* dengan memanfaatkan kemajuan teknologi, serta melakukan *branding* usaha sebaik mungkin dengan Total *Attractiveness Score* (TAS) sebesar 7,08. Penerapan strategi tersebut diharapkan dapat memberikan dampak yang baik untuk perkembangan Kedai Mielihlo dan Miekiro agar lebih dikenal banyak konsumen.

Kata kunci : Strategi pengembangan, Mie pedas, SWOT, QSPM

ABSTRACT

The development of the culinary business shows very rapid progress in Indonesia. People are now starting to be consumptive when it comes to buying food. Mieliho and Miekiro shops are one of the businesses operating in the culinary noodle sector. Noodles are people's choice as a substitute for rice. Especially spicy noodles which are currently popular among people, both children and adults. On the other hand, a business cannot be separated from competition within the same business scope, such as Kedai Mieliho and Miekiro which experienced a decline in sales turnover due to the emergence of similar business competitors. Based on this, it is important to develop strategies to improve business strategies so that they survive and exist among the community. Therefore, strategic planning is needed to develop a business using the SWOT and QSPM methods. The first step of this research began by analyzing internal and external factors in the Mieliho and Miekiro Kedai businesses. The results of the SWOT analysis obtained the SO (Strength - Opportunities) strategy with the results of the IE matrix being in cell I, which means the business conditions are growing and developing, the SWOT diagram is in quadrant I with coordinate points (0.30, 0.09). Next, the QSPM method is used to determine the most effective strategic priorities. The results of calculations using the QSPM method obtained strategic priorities, namely carrying out promotions through various platforms by utilizing technological advances, as well as carrying out business branding as best as possible with a Total Attractiveness Score (TAS) of 7.08. It is hoped that the implementation of this strategy will have a good impact on the development of Mieliho and Miekiro Shops so that they are better known to many consumers.

Keywords: *Development strategy, spicy noodles, SWOT, QSPM*