

**Lely Sofiya.** NPM 20.03.3.1.1.00010. Analisis Strategi Bersaing Produk Ikan Teri Krispi Dengan Menggunakan Metode SWOT, BCG, dan QSPM, Studi Kasus: UD. Bunga Laut Desa Padelegan, Kabupaten Pamekasan). Dibawah Bimbingan dari **Dian Farida Asfan S.T., M.T dan Nurmalisa Lisdayana, S.TP., M.Si.**

---

## **ABSTRAK**

UD. Bunga Laut merupakan perusahaan yang bekerja disektor pengolahan hasil laut yaitu pengolahan ikan teri krispi. Produk ikan teri krispi di UD. Bunga Laut mengalami permasalahan dalam persaingan dunia pasar. Dilihat dari banyaknya pesaing yang berada di Daerah Padelegan, perusahaan UD. Bunga Laut masih kalah dalam melakukan pemasaran dan persaingan produknya, apalagi dalam hal promosi yang dilakukan. Tujuan dari penelitian yang dilakukan yaitu menentukan strategi bersaing untuk memenangkan persaingan produk ikan teri krispi melalui analisis metode SWOT, BCG, dan QSPM. Penelitian ini menggunakan analisis matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*), matriks EFE (*External Factor Evaluation*), SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*), BCG (*Boston Consulting Group*), dan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matriks*). Hasil analisis data didapatkan total skor dari masing-masing faktor yaitu matriks IFE dengan total skor sebesar 3.67 sedangkan matriks EFE dengan total skor 3.88. Berdasarkan hasil analisis menggunakan metode SWOT dapat disimpulkan bahwa strategi UD. Bunga Laut berada pada posisi agresif. Strategi yang diterapkan oleh UD. Bunga Laut yaitu strategi S-O (*Strengths-Opportunities*). Berdasarkan analisis strategi menggunakan metode BCG dihasilkan bahwasanya produk ikan teri krispi berada pada posisi anjing (*dogs*) jika dibandingkan dengan salah satu perusahaan pesaing. Sehingga strategi yang harus diterapkan perusahaan yaitu dengan melakukan divestasi produk. Hasil analisis menggunakan metode QSPM dapat disimpulkan strategi yang di prioritaskan adalah startegi melakukan promosi dengan berbagai inovasi pemasaran untuk meningkatkan penjualan produk dengan *Total Attractive Score* sebesar 6.486.

**Kata Kunci :** *EFE, IFE, Strategi Bersaing, SWOT, BCG, QSPM.*

**Lely Sofiya.** NPM 20.03.3.1.1.00010. *Competitive Strategy Analysis of Krispi Anchovy Products Using SWOT, BCG, and QSPM Methods, Case Study: UD. Bunga Laut Padelegan Village, Pamekasan Regency*). Under the guidance of **Dian Farida Asfan S.T., M.T and Nuralisa Lisdayana, S.TP., M.Si.**

---

### **ABSTRACT**

*UD. Bunga Laut is a company that works in the seafood processing sector, namely crispy anchovy processing. Crispy anchovy products at UD. Bunga Laut experiences problems in the competitive market world. Judging from the many competitors in the Padelegan area, UD. Bunga Laut is still losing in marketing and competing for its products, especially in terms of promotions carried out. The purpose of the research conducted is to determine a competitive strategy to win the competition for krispi anchovy products through the analysis of SWOT, BCG, and QSPM methods. This research uses IFE (Internal Factor Evaluation) matrix analysis, EFE (External Factor Evaluation) matrix, SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), BCG (Boston Consulting Group), and QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix). The results of data analysis obtained the total score of each factor, namely the IFE matrix with a total score of 3.67 while the EFE matrix with a total score of 3.88. Based on the results of the analysis using the SWOT method, it can be concluded that UD's strategy. Bunga Laut is in an aggressive position. The strategy applied by UD. Bunga Laut is the S-O (Strengths-Opportunities) strategy. Based on the analysis of strategies using the BCG method, it is found that crispy anchovy products are in the position of dogs when compared to one of the competing companies. So that the strategy that must be applied by the company is to divest the product. The results of the analysis using the QSPM method can be concluded that the prioritized strategy is the strategy of promoting with various marketing innovations to increase product sales with a Total Attractive Score of 6,486.*

**Keywords:** *EFE, IFE, Competitive Strategy, SWOT, BCG, QSPM.*