

Penerapan SWOT-QSPM dalam menentukan Strategi Pengembangan Usaha Kue Lumpur Muda Mudi Jaya di Sidoarjo

Muhammad Dhawy Alwansyah¹, Dini Nafisatul Mutmainah², Rahmat Dhandy³,
Sekar Ayu Wulandari⁴

Program Studi Manajemen Agroindustri, Politeknik Negeri Jember Kampus 4 Sidoarjo,
Jalan Sekolahan, Sidokare, Sidoarjo, Jawa Timur, Indonesia, 61214

*Penulis Korespondensi: dhawyalwansyah@gmail.com

Abstract. *Kue Lumpur Muda Mudi Jaya Sidoarjo is a business entity operating in the food processing industry. Despite its strategic outlet location and authentic recipe, the business faces primary operational challenges, including the limited shelf life of fresh wet pastry products, sub-optimal market reach, and intensifying competition within the regional culinary sector in Sidoarjo Regency. Therefore, a well-defined strategic direction is required to enhance competitiveness and business sustainability. This study aims to identify internal and external factors, formulate alternative strategies, and determine the priority strategy for the business development of Kue Lumpur Muda Mudi Jaya Sidoarjo. This research employs a descriptive qualitative method with a quantitative approach. Data collection techniques include observation, in-depth interviews, and questionnaires. Instrument sampling was conducted using a purposive sampling method based on expertise and direct involvement in business operations. Data were analyzed sequentially using IFE, EFE, IE, SWOT, and QSPM matrices. The evaluation results reveal a total weighted score of 2.75 for IFE and 2.25 for EFE, positioning the business in Quadrant V (Hold and Maintain) of the IE Matrix. The SWOT Matrix analysis yielded eight alternative strategies. Based on the Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM), the top priority strategy with the highest Total Attractiveness Score (TAS) of 13.3 is strengthening the brand identity of Sidoarjo's signature culinary specialty through the optimization of promotions at strategic physical outlets. This strategy is implemented by refining the outlet's visual concept, highlighting the uniqueness of traditional preservative-free recipes, and utilizing digital technology via landing pages to drive consumer traffic to highly accessible souvenir stores.*

Keywords: *Processing Industry; UMKM; Kue Lumpur; SWOT; QSPM.*

Abstrak. Usaha Kue Lumpur Muda Mudi Jaya Sidoarjo ini bergerak dalam bidang pengolahan pada industri pangan, dalam permasalahan yang ditemukan keterbatasan daya tahan produk basah, jangkauan pemasaran yang belum optimal, serta semakin tingginya tingkat persaingan serupa di Kabupaten Sidoarjo. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi faktor internal-eksternal, merumuskan alternatif strategi, dan menentukan prioritas strategi pengembangan usaha Kue Lumpur Muda Mudi Jaya Sidoarjo. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan kuesioner. Metode analisis ini menggunakan *purposive sampling* dengan tujuan dan kriteria yang diolah menggunakan SWOT, dan QSPM. Hasil analisis menunjukkan total skor IFE 2,748 dan EFE 2,242, yang menempatkan posisi usaha pada Kuadran V (*Hold and Maintain*) Matriks IE. Dari hasil ini metode analisis SWOT menghasilkan 8 strategi alternatif. Berdasarkan matriks QSPM, strategi prioritas utama dengan nilai *Total Attractiveness Score* (TAS) tertinggi 13,3 adalah Penguatan identitas merek kuliner khas Sidoarjo melalui optimalisasi promosi pada gerai fisik. Strategi ini dijalankan dengan membenahi konsep visual gerai, menonjolkan keunikan resep tradisional tanpa pengawet, memanfaatkan teknologi digital dengan menggunakan landing page untuk mengarahkan pembeli berkunjung pada toko oleh-oleh yang memiliki aksesibilitas tinggi.

Kata kunci: Industri pengolahan; UMKM; Kue Lumpur; SWOT; QSPM.

1. LATAR BELAKANG

Kabupaten Sidoarjo di Jawa Timur yang berbatasan langsung dengan Kota Surabaya mengalami perkembangan pesat pada sektor kuliner. Industri kuliner menjadi salah satu sektor usaha yang memiliki daya tarik tinggi di masyarakat (Djamhur, I., 2024). Berdasarkan Badan Pusat Statistik (2024) sektor ini berkontribusi sebesar 3,5% terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Sidoarjo selama periode 2019–2023. Meningkatnya jumlah rumah makan, kafe, dan pedagang menunjukkan tingginya minat masyarakat terhadap sektor kuliner sekaligus memperketat persaingan, sehingga pelaku usaha dituntut untuk terus mengembangkan usahanya. Kabupaten Sidoarjo juga memiliki potensi besar sebagai kota kuliner kreatif di Jawa Timur, dengan sektor kuliner menyumbang 26,92% dari total usaha kreatif. Salah satu UMKM yang bergerak di bidang kuliner adalah Kue Lumpur Muda Mudi Jaya, yang menawarkan kue lumpur bercita rasa manis dan berlokasi strategis di dekat pusat perbelanjaan serta kawasan sekolah di Kabupaten Sidoarjo.

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Kabupaten Sidoarjo memiliki peran penting dalam perekonomian daerah melalui kontribusinya terhadap penciptaan lapangan kerja dan pengembangan ekonomi lokal. Profil umum UMKM di Sidoarjo, Sidoarjo memiliki ribuan UMKM yang tersebar di berbagai sektor, dengan jumlah yang terus meningkat setiap tahunnya dan UMKM tersebar di hampir seluruh kecamatan di Sidoarjo, dengan konsentrasi tinggi di kawasan perkotaan seperti Kecamatan Waru, Taman, Candi, dan Sidoarjo Kota. UMKM di Sidoarjo bergerak di berbagai sektor ekonomi, dengan dominasi pada sektor kuliner yang dikenal melalui berbagai produk olahan makanan, khususnya olahan bandeng, kerupuk, dan camilan khas lainnya.

Kue Lumpur Muda Mudi Jaya merupakan UMKM kuliner khas Sidoarjo yang memproduksi kue lumpur dengan berbagai varian rasa, yaitu original, kelapa muda, nangka, keju, cokelat, dan durian. Usaha ini memiliki dua cabang di Kabupaten Gresik dan Kota Malang, dengan pangsa pasar meliputi masyarakat umum, pengunjung pusat perbelanjaan, serta wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Sidoarjo. Keunggulan usaha ini terletak pada penggunaan bahan baku bermutu, tanpa bahan pengawet, serta

proses produksi setiap hari untuk menjaga kualitas produk. Produksi mencapai sekitar 200–300 pcs per hari. Penjualan selama periode 2023–2025 menunjukkan fluktuasi, yaitu dari 78.500 pcs pada tahun 2023 meningkat menjadi 84.200 pcs pada tahun 2024 atau mengalami kenaikan sebesar 7,26% dibandingkan tahun 2023, kemudian menurun menjadi 79.600 pcs pada tahun 2025 atau mengalami penurunan sebesar 5,46% dibandingkan tahun 2024.

Berdasarkan hasil data penjualan pada Kue Lumpur Muda Mudi Jaya Sidoarjo, memiliki tantangan yang cukup besar dan belum optimal dibandingkan dengan pesaing serupa sebagai oleh-oleh khas Sidoarjo, sehingga penjualan ini dalam kondisi persaingan yang tinggi, diperlukan pengembangan usaha dikarenakan produk ini memiliki keterbatasan masa simpan produk. Jangkauan pemasaran usaha ini juga belum optimal dibandingkan dengan pesaing serupa. Oleh karena itu, perlu mempertahankan dan mengembangkan usahanya secara tepat dengan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kondisi dan situasi yang perlu dievaluasi, serta analisis QSPM untuk mengetahui prioritas strategi secara objektif. Usaha perlu menetapkan prioritas untuk meningkatkan profit melalui pengembangan ide, praktik, atau objek yang dianggap baru oleh individu atau pengguna lainnya (Indriyani *et al.*, 2023).

Penelitian ini menggunakan analisis SWOT dan QSPM. Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang berpotensi memengaruhi kinerja perusahaan dimasa mendatang (Setiadi & Sutanto, 2021). Sedangkan, analisis QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrics*) digunakan untuk mengevaluasi prioritas strategi secara objektif berdasarkan hasil analisis SWOT dengan menilai daya tarik relatif dari setiap alternatif strategi (David, 2020). QSPM berfungsi sebagai metode analisis untuk memilih strategi terbaik dengan mempertimbangkan faktor internal dan eksternal serta menilai daya tarik relatif setiap alternatif strategi yang akan diimplementasikan (Fajri *et al.*, 2022). Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan, penelitian ini diharapkan dapat membantu pengembangan usaha Kue Lumpur Muda Mudi Jaya Sidoarjo dalam menghadapi persaingan usaha dan mengembangkan bisnisnya. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi faktor internal dan eksternal, merumuskan alternatif strategi melalui analisis SWOT, serta menentukan prioritas strategi menggunakan analisis QSPM.

2. KAJIAN TEORITIS

Manajemen Strategi

Manajemen strategi merupakan seni mengevaluasi keputusan lintas fungsional untuk mencapai tujuan organisasi melalui integrasi fungsi manajemen, pemasaran, keuangan, produksi, penelitian dan pengembangan serta sistem informasi. Menurut Thomas L. Wheelen dan J. David Hunger (2008:3), manajemen strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan manajerial yang menentukan kinerja jangka panjang perusahaan, meliputi analisis lingkungan internal dan eksternal, perumusan, pelaksanaan, serta evaluasi strategi. Berdasarkan pendapat tersebut, manajemen strategi dapat disimpulkan sebagai proses penyusunan dan penerapan strategi untuk mencapai tujuan serta keberhasilan perusahaan.

Strategi Pengembangan

Strategi pengembangan merupakan proses yang terencana dan terstruktur untuk meningkatkan efektivitas, efisiensi, dan kinerja organisasi melalui perubahan yang sistematis. Strategi ini meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi, serta menitikberatkan pada perubahan sikap, perilaku, dan kerja sama anggota organisasi agar mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan dan mencapai tujuan secara berkelanjutan (Farhati *et al.*, 2024).

Analisis SWOT

Menurut Sasoko & Mahrudi (2022), analisis SWOT merupakan metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi *Strengths* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang), dan *Threats* (ancaman) dalam suatu organisasi atau bisnis. Analisis ini dilakukan melalui tahap pengumpulan data, analisis, dan pengambilan keputusan. Tujuan analisis SWOT adalah mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman sebagai dasar penyusunan strategi yang mampu memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan dan ancaman. Selain itu, analisis SWOT bermanfaat dalam membantu perusahaan menetapkan strategi yang sesuai dengan kondisi internal dan eksternal untuk mendukung pencapaian visi dan misi organisasi.

Analisis QSPM

Menurut David (2009), *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) merupakan alat yang digunakan untuk mengevaluasi berbagai alternatif strategi secara objektif berdasarkan faktor-faktor keberhasilan internal dan eksternal yang telah diidentifikasi sebelumnya. Analisis ini menentukan daya tarik relatif setiap alternatif strategi sehingga membantu memilih strategi terbaik. Kelebihan menggunakan analisis QSPM adalah strategi-strategi dapat diperiksa secara berurutan dan bersamaan, serta tidak ada batas untuk jumlah strategi yang dapat dievaluasi secara sekaligus.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan kuantitatif yang dilaksanakan di Kue Lumpur Muda Mudi Jaya, Kabupaten Sidoarjo. Data primer diperoleh melalui observasi, wawancara, dan kuesioner kepada tiga orang *expert* yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilik usaha, penanggung jawab usaha, dan perwakilan Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Sidoarjo. Data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, dan dokumen pendukung. Analisis data dilakukan menggunakan analisis SWOT melalui identifikasi faktor internal dan eksternal, penyusunan, Matriks IFE, EFE, dan IE, serta perumusan strategi pada Matriks SWOT. Analisis QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) dilakukan dengan mengevaluasi alternatif strategi hasil analisis SWOT melalui perhitungan *Attractiveness Score* (AS) dan *Total Attractiveness Score* (TAS) untuk menentukan prioritas strategi pengembangan usaha.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Objek Penelitian

Kue Lumpur Muda Mudi Jaya merupakan usaha kuliner tradisional yang memproduksi dan menjual kue lumpur khas Sidoarjo, berlokasi di Jalan Dr. Wahidin No. 96B, Desa Sekardangan, Kecamatan Sidoarjo. Berdiri sejak tahun 2011, usaha keluarga ini memperluas cabang ke Kabupaten Gresik dan Kota Malang pada tahun 2018. Nama "Kue Lumpur Muda Mudi" merepresentasikan identitas lokal Sidoarjo, dengan "Kue

Lumpur" sebagai simbol produk sekaligus Kota Lumpur, sedangkan "Muda-Mudi" merupakan akronim dari mudah didapat dan mudah dikemudi. Usaha ini didukung oleh tujuh karyawan yang terdiri atas satu penanggung jawab, lima karyawan produksi, dan satu karyawan penjualan. Kue Lumpur Muda Mudi Jaya dipilih sebagai objek penelitian untuk menganalisis faktor internal dan eksternal serta merumuskan strategi pengembangan menggunakan analisis SWOT dan QSPM.

Analisis SWOT

Data penelitian diperoleh melalui kuesioner terstruktur, semi wawancara terstruktur, dan observasi langsung yang telah divalidasi melalui *expert judgement* untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal sebagai dasar penyusunan strategi pengembangan usaha Kue Lumpur Muda Mudi Jaya Sidoarjo. Faktor internal kemudian dievaluasi menggunakan matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE), dengan pembobotan melalui teknik *paired comparison* dan *rating* yang mencerminkan kondisi aktual usaha, sedangkan skor diperoleh dari perkalian rata-rata *rating* dan bobot (Prasetyo & Utami, 2020).

Tabel 1. Hasil perhitungan IFE Kue Lumpur Muda Mudi Jaya Sidoarjo

Faktor Internal	Bobot Rata-rata	Peringkat Rata-rata	Skor Bobot
Kekuatan			
Lokasi usaha yang strategis	0,102	4	0,406
Memiliki variasi rasa	0,096	4	0,383
Cita rasa yang otentik	0,113	3	0,375
Program loyalitas pelanggan	0,094	4	0,345
Terdapat variasi harga	0,107	4	0,392
Kelemahan			
Produk dengan usia simpan terbatas	0,096	2	0,106
Produk dan logo mudah ditiru	0,102	2	0,169
Keterbatasan pengiriman luar kota	0,101	2	0,169
Keterbatasan kerjasama dengan supplier	0,096	2	0,169
Manajemen pemasaran belum optimal	0,094	2	0,188
Total	1,00		
Skor Tertimbang			2,748

Sumber : Data Primer Diolah (2026)

Kekuatan utama Kue Lumpur Muda Mudi Jaya Sidoarjo adalah lokasi usaha yang strategis (0,406) yang mendorong *impulse buying* dan memotong biaya pencarian informasi bagi konsumen potensial. Kekuatan lainnya adalah memiliki variasi harga (0,392) dan memiliki keberagaman rasa (0,383), yang menciptakan strategi *price-value positioning* yang fleksibel. Keberagaman rasa yang dipadukan dengan variasi harga memungkinkan perusahaan mampu menjangkau segmen konsumen yang lebih luas, baik yang sensitif terhadap harga maupun yang mengutamakan kualitas premium.

Faktor kelemahan dengan dampak paling rendah adalah produk dengan usia simpan terbatas (0,106). Rendahnya skor ini menunjukkan usaha masih bergantung pada pemasaran konvensional (*word of mouth*), sehingga pertumbuhan *brand awareness* di luar wilayah Sidoarjo berjalan lambat. Selain itu, usia simpan produk yang terbatas berdampak pada keterbatasan pengiriman luar kota (0,169). Sebagai kue basah tradisional berbahan santan dan telur tanpa pengawet, kue lumpur rentan akan kerusakan sehingga menjadi kendala logistik yang membatasi perluasan pangsa pasar di luar wilayah lokal.

Perolehan skor tertimbang total sebesar 2,75 yang berada di atas batas kontrol 2,5 dapat disimpulkan bahwa Kue Lumpur Muda Mudi Jaya Sidoarjo berada pada posisi internal yang kuat. Berdasarkan analisis manajemen strategis Fred R. David, nilai di atas 2,5 menunjukkan perusahaan memiliki fondasi internal yang kuat untuk memanfaatkan keunggulan kompetitif sekaligus meminimalkan keterbatasan operasional. Hal ini mengindikasikan dari kemampuan perusahaan memanfaatkan kekuatan, seperti lokasi usaha yang strategis, cita rasa otentik, serta variasi produk sekaligus meminimalkan kelemahan internal, seperti keterbatasan usia simpan produk dan manajemen pemasaran yang belum optimal.

Penyusunan matriks *External Factor Evaluation* (EFE) dilakukan setelah pemetaan faktor eksternal. Mengacu pada kerangka kerja strategis Wibowo (2020), matriks EFE disusun melalui pemberian bobot dan skor peringkat pada setiap faktor peluang dan ancaman sebagai dasar objektif dalam merumuskan arah kebijakan serta strategi pengembangan jangka panjang Kue Lumpur Muda Mudi Jaya Sidoarjo. Ringkasan hasil perhitungan matriks EFE disajikan sebagai berikut.

Tabel 2. Hasil perhitungan EFE Kue Lumpur Muda Mudi Jaya Sidoarjo

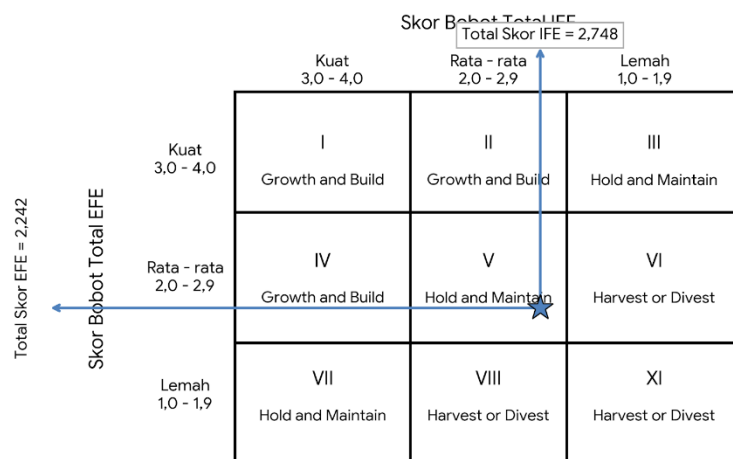
Faktor Eksternal	Bobot Rata-rata	Peringkat Rata-rata	Skor Bobot
Peluang			
Minat konsumen terhadap kue lumpur khas Sidoarjo	0,128	3	0,340
Potensi ekspansi di daerah jawa	0,138	2	0,322
Potensi media digital dan teknologi	0,125	3	0,333
Diversifikasi produk berbasis kue lumpur frozen	0,115	2	0,267
Ancaman			
Fluktuasi harga bahan baku	0,109	2	0,219
Perubahan tren dan preferensi konsumen yang cepat	0,130	2	0,304
Potensi pesaing serupa	0,130	3	0,391
Kebijakan pajak yang semakin ketat	0,125	3	0,333
Total	1,00		
Skor tertimbang			2,242

Sumber : Data Primer Diolah (2026)

Peluang eksternal dengan nilai tertinggi adalah minat konsumen terhadap kue lumpur khas Sidoarjo (0,340). Kue lumpur telah dikenal sebagai kuliner khas Sidoarjo sehingga menarik loyalitas konsumen lokal maupun wisatawan. Peluang lain yang belum dimanfaatkan secara optimal adalah potensi media digital dan teknologi (0,333) serta diversifikasi produk berbasis kue lumpur frozen (0,267). Pemanfaatan e-commerce dan teknologi cold chain logistics memungkinkan penyimpanan produk beku tanpa mengurangi cita rasa sehingga berpotensi mengatasi keterbatasan usia simpan produk.

Ancaman eksternal dengan skor tertinggi adalah fluktuasi harga bahan baku (0,219). Persaingan industri kue basah tradisional juga semakin ketat karena usaha sejenis mudah didirikan dengan modal minimal dan resep yang mudah ditiru. Selain itu, perusahaan menghadapi ancaman kebijakan pajak yang semakin ketat (0,333) serta perubahan tren dan preferensi konsumen yang cepat (0,304). Konsumen cenderung mudah bosan dan beralih ke produk kuliner yang sedang viral. Pergeseran selera menjadi alarm bahaya jika perusahaan tetap bersikap monoton tanpa melakukan inovasi yang berkelanjutan.

Perolehan total skor tertimbang sebesar 2,25 yang berada di bawah batas kontrol 2,5 menunjukkan bahwa posisi eksternal Kue Lumpur Muda Mudi Jaya Sidoarjo masih tergolong rentan. Menurut Fred R. David, nilai 2,5 merupakan batas rata-rata kemampuan organisasi dalam merespons lingkungan eksternal. Skor 2,25 mengindikasikan bahwa perusahaan belum optimal memanfaatkan peluang, seperti media digital dan pengembangan *frozen food*, serta masih menghadapi ancaman berupa kompetitor sejenis, fluktuasi harga bahan baku pokok, dan ketatnya kebijakan perpajakan UMKM. Selanjutnya, total skor Matriks IFE (2,75) dan EFE (2,25) diintegrasikan ke dalam Matriks Internal-External (IE) untuk mengidentifikasi koordinat posisi bisnis sebagai dasar perumusan prioritas pengembangan usaha.



Gambar 1. Hasil Matriks IE Kue Lumpur Muda Mudi Jaya Sidoarjo

Total skor bobot Matriks IFE sebesar 2,748 berada pada kategori rata-rata (*medium*), sedangkan Matriks EFE sebesar 2,242 berada pada kategori lemah (*low*). Pemetaan kedua skor pada Matriks Internal-Eksternal (IE) menempatkan Kue Lumpur Muda Mudi Jaya Sidoarjo di Kuadran V dengan strategi *Hold and Maintain* yang menunjukkan kondisi internal cukup stabil, namun efektivitas strategi eksternalnya masih rentan dan belum optimal. Berada pada area *Hold and Maintain* menunjukkan bahwa Kue Lumpur Muda Mudi Jaya Sidoarjo belum disarankan melakukan ekspansi agresif maupun investasi berskala besar. Strategi yang tepat adalah penetrasi pasar dengan mengoptimalkan lokasi usaha yang strategis untuk meningkatkan penjualan di pasar lokal tanpa membuka cabang baru, serta pengembangan produk melalui perbaikan pemasaran

digital, riset umur simpan, dan pemanfaatan teknologi seperti *frozen food* untuk mengatasi kelemahan produk yang cepat rusak serta meningkatkan posisi eksternal perusahaan. Berdasarkan hasil pemetaan faktor internal dan eksternal ke dalam Matriks SWOT, diperoleh alternatif strategi pengembangan Kue Lumpur Muda Mudi Jaya Sidoarjo yang disajikan pada tabel berikut.

Tabel 3. Tabel hasil matriks SWOT Kue Lumpur Muda Mudi Jaya Sidoarjo

Internal Faktor Eksternal Faktor	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
	1. Lokasi usaha yang strategis 2. Memiliki variasi rasa 3. Cita rasa yang otentik 4. Program loyalitas pelanggan 5. Terdapat variasi harga	1. Produk dengan usia simpan terbatas 2. Produk dan logo mudah ditiru 3. Keterbatasan pengiriman luar kota 4. Keterbatasan kerja sama dengan supplier 5. Manajemen pemasaran belum optimal
Peluang (O)	Strategi (SO)	Strategi (WO)
1. Minat konsumen terhadap kue lumpur khas sidoarjo 2. Potensi ekspansi di daerah jawa 3. Potensi media digital dan teknologi 4. Diversifikasi produk berbasis kue lumpur frozen	1. Penguatan identitas merek kuliner khas Sidoarjo melalui optimalisasi promosi pada gerai fisik (S1, S3, O1). 2. Optimalisasi media digital marketing dengan konten yang informatif dan persuasif (S2, S3, O3, O2).	1. Mengoptimalkan inovasi teknologi kue lumpur (<i>frozen food</i>) untuk memperpanjang masa simpan (W1, W3, O5). 2. Mengembangkan pemasaran digital melalui <i>online delivery</i> untuk mengoptimalkan jangkauan promosi (W5, O3).
Ancaman (T)	Strategi (ST)	Strategi (WT)
1. Fluktuasi harga bahan baku 2. Perubahan tren dan preferensi konsumen yang cepat 3. Potensi pesaing serupa 4. Kebijakan pajak yang semakin ketat	1. Memaksimalkan program loyalitas pelanggan guna mempertahankan produk dari pesaing serupa (S4, T3). 2. Mengembangkan diversifikasi rasa untuk merespon pergeseran tren selera konsumen (S2, S5, T2).	1. Melakukan penguatan legalitas usaha dan perlindungan hak merek (HAKI) pada logo produk (W2, T3, T4). 2. Menerapkan manajemen <i>buffer stock</i> bahan baku untuk menghadapi fluktuasi harga pasar (W4, T1, T3)

Sumber : Data Primer Diolah (2026)

Analisis QSPM

Berdasarkan pemetaan SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*), dirumuskan delapan alternatif strategi Kue Lumpur Muda Mudi Jaya Sidoarjo. Mengacu pada posisi Kuadran V (*Hold and Maintain*) pada Matriks IE, analisis QSPM hanya mengevaluasi strategi S-O, W-O, dan S-T, sedangkan strategi W-T tidak diprioritaskan karena kondisi internal perusahaan masih tergolong kuat (skor IFE 2,75). Menurut David (2016), QSPM merupakan alat evaluasi objektif untuk menentukan strategi prioritas melalui pemberian nilai *Attractiveness Score* (AS) 1–4 pada setiap strategi, dengan strategi yang memiliki *Total Attractiveness Score* (TAS) tertinggi menjadi prioritas utama.

Tabel 4. Hasil perhitungan IFE Kue Lumpur Muda Mudi Jaya Sidoarjo

Alternatif Strategi	Total <i>Attractiveness</i> Score (TAS)	Peringkat
Penguatan identitas merek kuliner khas Sidoarjo melalui optimalisasi promosi pada gerai fisik	13,3	1
Memaksimalkan program loyalitas pelanggan guna mempertahankan produk pesaing serupa	12,8	2
Mengembangkan diversifikasi rasaa untuk merespon pergeseran tren selera konsumen	12,3	3
Mengoptimalkan inovasi teknologi kue lumpur (<i>frozen food</i>) untuk memperpanjang masa simpan	12,1	4
Optimalisasi media digital marketing dengan konten yang informatif dan persuasif	10,8	5
Mengembangkan pemsaran digital <i>online delivery</i> untuk mengoptimalkan jangkauan promosi	8,4	6

Sumber : Data Primer Diolah (2026)

Berdasarkan analisis matriks QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*), alternatif strategi diurutkan berdasarkan nilai *Total Attractiveness Score* (TAS) untuk menentukan prioritas pengembangan Kue Lumpur Muda Mudi Jaya Sidoarjo. Strategi prioritas utama adalah penguatan identitas merek kuliner khas Sidoarjo melalui promosi pada gerai fisik yang strategis (13,3), diikuti memaksimalkan program loyalitas pelanggan guna mempertahankan produk dari pesaing serupa (12,8). Prioritas berikutnya adalah mengembangkan diversifikasi rasa untuk merespons pergeseran tren selera konsumen (12,3) dan mengadopsi teknologi *frozen food* untuk memperpanjang usia simpan (12,1). Sementara itu, dua strategi dengan nilai prioritas terendah adalah ekspansi

pembukaan cabang baru di daerah Jawa (10,8) dan pengembangan pemasaran digital *online delivery* untuk memperpanjang usia simpan (8,4). Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk mengutamakan pada perbaikan usaha utama serta pemasaran di tingkat lokal sebelum melangkah ke strategi yang lebih besar.

Interpretasi Strategi Pengembangan Kue Lumpur Muda Mudi Jaya Sidoarjo

Tahap interpretasi hasil analisis QSPM didasarkan pada nilai *Total Attractiveness Score* (TAS) setiap alternatif strategi. Berdasarkan hasil perhitungan, strategi Penguatan identitas merek kuliner khas Sidoarjo melalui optimalisasi promosi pada gerai fisik yang strategis memperoleh nilai TAS tertinggi (13,3) sehingga menjadi prioritas utama bagi Kue Lumpur Muda Mudi Jaya Sidoarjo. Strategi ini dilaksanakan dengan memanfaatkan kekuatan internal untuk menangkap peluang pasar eksternal. Pengembangan identitas merek (brand identity) di lokasi usaha berperan penting dalam meningkatkan perceived value, brand recall, dan mendorong kesetiaan pelanggan pada usaha kuliner tradisional (Pratama & Wijaya, 2023). Implementasinya meliputi:

A. Penguatan Identitas Merek

Peningkatan nilai tambah bagi pembeli dilakukan melalui pemasangan media informasi visual, seperti poster, usaha menyampaikan produk dengan *storytelling* yang menjelaskan soal sejarah perusahaan dan otentisitas resep tradisional Kue Lumpur Muda Mudi Jaya. Pendekatan ini mampu memperkuat keunggulan kompetitif dan membangun persepsi positif terhadap produk (Prihastomo *et al.*, 2024). Selain itu, kemasan diperbarui dengan menambahkan ikon khas Sidoarjo dan tulisan "Oleh-Oleh Khas Sidoarjo" untuk memperkuat identitas daerah di mata konsumen.

B. Pemanfaatan Teknologi Digital

Kue Lumpur Muda Mudi Jaya memanfaatkan teknologi digital melalui *Google Maps* dan *landing page* untuk memperluas jangkauan promosi. *Landing page* berfungsi sebagai pusat informasi digital yang menampilkan katalog produk, *brand storytelling*, lokasi gerai, ulasan pelanggan, serta terhubung langsung dengan *WhatsApp* resmi untuk memudahkan konsultasi dan pemesanan, baik produk pengiriman lokal maupun *frozen food* (Nurfadila *et al.*, 2024).

C. Kerja Sama dengan Toko Oleh-Oleh

Usaha dapat menjalin kerja sama promosi silang (*cross-promotion*) dengan toko oleh-oleh melalui sistem penitipan produk. Toko oleh-oleh berperan sebagai saluran distribusi yang menghubungkan Kue Lumpur Muda Mudi Jaya dengan konsumen baru sekaligus membantu promosi dan penjualan, sehingga mampu memperluas jangkauan pasar secara efektif (Rangkuti, 2020).

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, Kue Lumpur Muda Mudi Jaya memiliki kekuatan pada kualitas bahan baku tanpa pengawet, resep dan metode pembuatan tradisional, variasi rasa beragam, serta lokasi usaha yang strategis, sedangkan kelemahannya meliputi belum optimalnya pemasaran digital dan fluktuasi penjualan harian. Peluang utama berasal dari tingginya minat masyarakat terhadap oleh-oleh khas Sidoarjo, perkembangan pemasaran digital, dan potensi perluasan pasar, sementara ancaman meliputi persaingan usaha, fluktuasi harga bahan baku, dan kebijakan perpajakan. Hasil Matriks IFE sebesar 2,748 dan Matriks EFE sebesar 2,248 menunjukkan usaha berada pada posisi *Hold and Maintain*, sehingga strategi yang tepat adalah mempertahankan keunggulan yang dimiliki melalui penetrasi pasar dan pengembangan produk.

Analisis SWOT menghasilkan delapan alternatif strategi, sedangkan hasil QSPM menetapkan penguatan identitas merek kuliner khas Sidoarjo melalui optimalisasi promosi pada gerai sebagai strategi prioritas utama dengan nilai TAS sebesar 13,3, yang diimplementasikan melalui penguatan identitas merek, pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana promosi, dan kerja sama dengan toko oleh-oleh yang memiliki aksesibilitas tinggi. Kue Lumpur Muda Mudi Jaya disarankan memprioritaskan strategi hasil analisis QSPM dengan mengoptimalkan pemasaran digital, promosi yang konsisten, serta mengembangkan produk *frozen food* untuk memperpanjang usia simpan, memperluas distribusi, dan meningkatkan daya saing.

DAFTAR REFERENSI

- Fajri, M., Hipni, A., & Mutia, M. (2022). Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga dengan Menggunakan Analisis SWOT dan Metode QSPM Studi Kasus Industri Sepatu, Sandal Etnik Dan Kulit di CV. Deallova Nusantara Hs. *Jurnal Ilmiah Teknik Dan Manajemen Industri*, 2 (2), 185-196. <https://doi.org/10.46306/tgc.v2i2.37>.
- Farhati, M. Z., Saraswati, A., Septiana, M. P., Ramadhan, M., Salbiah, E., & Wahyudin, C. (2024). Strategi Pengembangan Organisasi untuk Meningkatkan Efektivitas Kinerja Pegawai. *Karimah Tauhid*, 3 (2), 1391–1403. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i2.11764>.
- Indriyani, S., Yusda, D. D., & Helmita, H. (2023). Pengaruh Pelayanan Dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Geprek Bensu Lampung. *Ekombis Sains: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Bisnis*, 8(1), 59-67. <https://doi.org/10.24967/ekombis.v8i1.2131>.
- Nurfadila, A. R, Rahmawan, A., Negara, P. P. S., Wahyudi, B., & Ardani, M. T. (2024). Optimasi Bauran Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing Makanan Beku Savira di Pasar Lokal. *Jurnal Teknologi Agroindustri*, 8(2), 31-42. <https://atj.journal.unida.gontor.ac.id/index.php/atj/article/view/99>.
- Prihastomo, Y., Suwita, J., Supriyanto, S., Rizfie, M. D., Dewi, W. R., Rukmana, A., & Mustofa, M. (2024). Sosialisasi Peran Kemasan Melalui Pendampingan Pendaftaran Desain Industri pada Kampung Tematik Waru Brilliant. *Abdimas Galuh*, 6(2), 1977-1987. <http://dx.doi.org/10.25157/ag.v6i2.15747>.
- Sasoko, D. M., & Mahrudi, I. (2022). Teknik Analisis SWOT dalam Sebuah Perencanaan Kegiatan. *Jurnal Studi Interdisipliner Perspektif*, 22(1), 8-19. <https://ejournal-jayabaya.id/Perspektif/article/view/64>.