

## **ABSTRACT**

### **BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY FOR CAVENDISH BANANA FLOUR (A Case Study of Sekar Transad MSME)**

**By**

**MUHAMMAD AGUNG SAPUTRA**

Sekar Transad is one of the Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) operating in the food processing industry, with Cavendish banana flour as one of its processed products. The business faces challenges, including fluctuating sales, manual production, an irregular schedule, and ineffective marketing. The marketing of Cavendish banana flour by Sekar Transad is not maximized, as it relies solely on WhatsApp to disseminate sales information and has not yet utilized social media or marketplace platforms to increase sales intensity. To address these issues, a strategic development analysis can be carried out using the Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats (SWOT) method and the Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). The study aimed to identify internal and external factors that influenced the business and to determine and analyze appropriate strategies for the development of the Cavendish banana flour product at Sekar Transad. Based on the research results, the internal factors of the Cavendish banana flour business at Sekar Transad included a major strength of having certifications with a score of 0.41, and a main weakness in the lack of human resource (HR) knowledge in marketing, with a score of 0.27. The external factors included a key opportunity in the form of a wide market potential, with a score of 0.37, and a major threat of having only one supplier and more affordable competitor prices, with a score of 0.30. The strategic priorities were to create online stores on several e-commerce platforms and to promote the products through social media Total Attractive Score (TAS) 6.04, to collaborate with academic institutions and the government 5.37, and to innovate the products by offering size variations and improved packaging design 5.35.

**Keywords:** *Cavendish* Banana Flour, Sekar Transad MSME, SWOT, QSPM.

## ABSTRAK

### STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA TEPUNG PISANG *CAVENDISH* (Studi Kasus UMKM Sekar Transad)

Oleh

MUHAMMAD AGUNG SAPUTRA

Sekar Transad menjadi salah satu Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang bergerak di industri pengolahan pangan, dengan salah satu produk olahannya berupa “Tepung Pisang *Cavendish*”. Usaha Tepung Pisang *Cavendish* menghadapi tantangan dalam pengembangannya, seperti fluktuasi penjualan, proses produksi masih dilakukan secara manual, waktu produksi belum memiliki jadwal tetap, dan pemasaran produk tepung pisang *cavendish* yang dilakukan oleh Sekar Transad belum maksimal dikarenakan pemasaran hanya menggunakan *whatsapp* untuk menyebarkan informasi terkait penjualan dan belum memanfaatkan media sosial serta platform *marketplace* untuk meningkatkan intensitas penjualannya. Upaya mengatasi permasalahan tersebut, dapat dilakukan analisis perumusan strategi pengembangan dengan menggunakan metode *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* (SWOT) dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Penelitian bertujuan untuk mengetahui faktor – faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi usaha dan menentukan serta menganalisis strategi yang tepat pada pengembangan usaha produk tepung pisang *cavendish* di Sekar Transad. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan faktor internal usaha produk tepung pisang *cavendish* di Sekar Transad yaitu faktor kekuatan utama memiliki sertifikasi dengan skor sebesar 0,41 dan faktor kelemahan pengetahuan sumber daya manusia (SDM) untuk pemasaran masih kurang dengan skor 0,27. Faktor eksternal yaitu peluang utama adanya peluang pasar yang luas 0,37 dan ancaman utama hanya memiliki 1 *supplier* dan harga pesaing lebih terjangkau dengan skor 0,30. Prioritas strategi yaitu membuat toko *online* di beberapa platform penjualan *online* dan melakukan promosi melalui sosial media dengan nilai *Total Attractive Scores* TAS sebesar 6,04, melakukan kerja sama dengan pihak akademisi dan pemerintahan dengan nilai 5,37, dan melakukan inovasi produk seperti variasi ukuran produk dan *design* kemasan dengan nilai 5,35.

Kata kunci: SWOT, Tepung Pisang *Cavendish*, UMKM Sekar Transad, QSPM.