

ABSTRAK

UD Rejo Sari merupakan salah satu UD yang bergerak dibidang industri penggilingan padi di daerah Bangorejo, Banyuwangi. UD Rejo Sari menjual beras dengan beberapa kualitas yang dikelompokkan menjadi super, menengah, dan biasa. Pertumbuhan dan perkembangan teknologi yang terjadi pada dunia usaha di Indonesia menyebabkan persaingan yang terjadi diantara industri semakin ketat. Oleh karena itu UD. Rejo Sari strategi bisnis yang tepat agar dapat mempertahankan bahkan meningkatkan kualitas produk beras yang dimiliki

Pertama yang dilakukan adalah membuat matriks SWOT untuk mengetahui kondisi internal dan eksternal dari UD. Rejo Sari. Setelah itu dilakukan tahap input pada strategi bisnis meliputi matriks EFE, matriks IFE, dan CPM untuk mengetahui daya saing industri tersebut. Bobot dan peringkat pada matriks IFE dan matriks EFE didapatkan dari pihak perusahaan, sedangkan CPM didapatkan dari kuisioner. Total nilai tertimbang pada matriks EFE adalah 3,06 dan total nilai tertimbang pada matriks IFE adalah 2,71. Hasil tersebut diolah pada matriks IE dan didapatkan UD. Rejo Sari berada pada bagian II yaitu tumbuh dan berkembang.

Tahap terakhir adalah tahap keputusan menggunakan QSPM untuk menentukan strategi yang tepat untuk UD. Rejo Sari. Ada 3 alternatif strategi yang digunakan dalam QSPM yaitu strategi pengembangan produk, penetrasi pasar dan *retrenchement*. Setelah dilakukan pengolahan pada QSPM maka didapatkan total nilai daya tarik untuk strategi pengembangan produk adalah 6,46, sedangkan strategi penetrasi pasar sebesar 6,37, dan strategi *retrenchement* sebesar 5,64. Hasil nilai daya tarik yang paling tinggi adalah strategi pengembangan produk. Terdapat beberapa strategi usulan untuk industri tersebut dalam hal pengembangan produk. Strategi usulan tersebut kemudian diimplementasikan kepada produk beras UD. Rejo Sari. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan strategi pemasaran pada UD. Rejo Sari.

Strategi pemasaran pada UD. Rejo Sari meliputi STPD dan *Marketing Mix* (4P). Usulan pada strategi 4P khususnya pada produk disini adalah untuk membuat desain kemasan beras baru yang memiliki hak milik dan mereknya terdaftar sebagai milik UD. Rejo Sari dengan kualitas yang super premium tanpa menghilangkan kemasan lama yang ada. selain itu terdapat usulan-usulan lain yang perlu dipertimbangkan oleh UD. Rejo Sari.

Kata kunci : strategi bisnis, pemasaran, *quantitative strategy planning matrix*, *marketing mix*.