

Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi internal dan eksternal UKM XYZ di Sidoarjo, Jawa Timur yang bergerak di industri kulit, barang dari kulit, dan alas kaki. Adanya analisis internal dan eksternal diimplementasikan untuk menyusun rencana strategi pengembangan pasar global. Strategi pengembangan pasar global yang digunakan mencakup pemilihan negara tujuan dan jalur ekspor. Selain itu, teknis analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah IFE matriks, EFE matriks, IE matriks dan QSPM matriks.

Hasil penelitian ini menunjukkan sepuluh faktor internal dan sepuluh faktor eksternal yang dapat memengaruhi operasi bisnis UKM XYZ. Berdasarkan hasil analisis, nilai IFE yang didapatkan adalah 2,511, sedangkan nilai EFE UKM XYZ adalah 3,019. Nilai ini menunjukkan bahwa UKM XYZ berada di sel II dengan fase *grow and build*. Sementara itu, berdasarkan analisis QSPM matriks dalam menentukan negara yang dituju, Tiongkok memiliki nilai yang lebih unggul dengan skor 4,951. QSPM matriks juga digunakan untuk menentukan jalur ekspor. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa *total attractiveness score* jalur ekspor melalui *e-commerce* lebih dominan dibandingkan jalur konvensional.

Kata kunci: IFE matriks, EFE matriks, IE matriks, QSPM matriks

Abstract

This research is aimed to understand the internal and external conditions of UKM XYZ which is located at Sidoarjo, Jawa Timur. The SME is operated at leather, leather goods, and footwear. Both internal and external analysis was implemented to construct global market development strategy. The strategy includes the selection of destination countries and export routes. In addition, the analysis method used in this research involves IFE matrix, EFE matrix, IE matrix, and QSPM matrix.

The result of this research shows ten internal factors and ten external factors which affect the operational of UKM XYZ. Based on the implemented analysis, the score of IFE is 2,511, meanwhile EFE results 3,019. Both scores show that UKM XYZ is at quadratn II which includes in phase of grow and build. Furthermore, based on the analysis of QSPM matrix which analyses the destination countries, China has greater score with 4,951. The matrix is also used to decide the export route. Analysis shows that total attractiveness score of e-commerce is more dominant than conventional route.

Keywords: IFE matrix, EFE matrix, IE matrix, QSPM matrix.