



SURAT TUGAS

Nomor : 0150a/FAPETRIK/TGS/II.3.AU/D/2025

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji kita panjatkan kehadirat Allah SWT. Semoga segala aktifitas keseharian kita mendapat rahmat dan bernilai ibadah di sisi-nya. Amin.

Dalam rangka mendukung pelaksanaan kegiatan Penelitian/Pengabdian kepada Masyarakat dosen Fakultas Pertanian, Peternakan dan Perikanan Universitas Muhammadiyah Parepare, maka dipandang perlu melibatkan mahasiswa sebagai bagian dari penguatan pengalaman akademik, praktis, dan kontekstual mahasiswa dalam implementasi tridarma perguruan tinggi.

Mahasiswa yang dilibatkan dalam kegiatan ini diharapkan dapat berpartisipasi secara aktif, disiplin, bertanggung jawab, serta menjaga nama baik fakultas dan universitas selama pelaksanaan kegiatan. Bentuk keterlibatan mahasiswa disesuaikan dengan kebutuhan kegiatan, antara lain membantu persiapan pelaksanaan kegiatan, pengumpulan data, dokumentasi, pendampingan masyarakat/mitra, pengolahan data sederhana, penyusunan administrasi kegiatan, serta tugas-tugas lain yang relevan sesuai arahan dosen pelaksana. Adapun daftar nama mahasiswa *terlampir*.

Demikian surat tugas ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana amanah yang diberikan.

Wabillahi Taufiq Walhidayah.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Parepare, 21 April 2025

Dekan,



Dr. Sukmawati, S.P., M.P.
NBM. 1175 442

1. Wakil Dekan FAPETRIK UMPAR
2. Ketua Program Studi
3. Arsip



FAKULTAS PERTANIAN, PETERNAKAN DAN PERIKANAN

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PAREPARE

Alamat : Jl. Jend. Ahmad Yani Km. 6 Telp. (0421) 22757 Fax. (0421) 25524 - Parepare, Email : faktan@plasa.com

No	NIM	Nama Mahasiswa	Program Studi	Semester	Jenis Kegiatan	Mata Kuliah yang Dikonversi	Jumlah SKS	Dosen
1	221170010	Firsyah Vani Ameliza	Agribisnis	4	Strategi Pengembangan Usaha Dimsum: Studi Kasus SHU Maique di Kabupaten Sidrap	Manajemen Produksi dan Operasi Agribisnis	3	Dr. Nurhapsa, S.P, M.Si.
						Manajemen Keuangan Agribisnis	3	
						Entrepreneurship Digital	2	



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PAREPARE

Jalan Jenderal Ahmad Yani km 06, Kecamatan Soreang, Kota Parepare
<https://umpar.ac.id>

LAPORAN PENELITIAN MANDIRI

1. IDENTITAS PENELITIAN

A. JUDUL PENELITIAN

(Tuliskan judul penelitian maksimal 20 kata)

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DIMSUM: STUDI KASUS SHU.MAIQUE DI KABUPATEN SIDRAP

B. BIDANG FOKUS PENELITIAN/RUMPUN BIDANG ILMU

Bidang Fokus Unggulan Perguruan Tinggi/RIRN	Tema	Topik (Jika ada)	Rumpun Bidang Ilmu

C. KATEGORI PENELITIAN

Kategori	Skema	Target Akhir TKT	Waktu Penelitian (bulan/tahun)
Penelitian Mandiri			Januari-Mei 2025

2. IDENTITAS PENELITI

Nama (Peran)	Fakultas	Prodi	Bidang Tugas	ID Sinta/NIM
Dr. Nurhapsa, S.P., M.Si	Pertanian Peternakan dan Perikanan	Program Magister Agribisnis	Koordinator kegiatan penelitian	5974432
Dr. Andi Sitti Halimah, M.P	Pertanian Peternakan dan Perikanan	Program Magister Agribisnis	Pembuatan laporan	6099602
Ruskiah Katang	Pertanian Peternakan dan Perikanan	Program Magister Agribisnis	Membuat dan menyusun luaran penelitian	222290013

3. MITRA PENELITIAN (JIKA ADA)

Pelaksanaan penelitian dapat melibatkan mitra kerjasama yaitu mitra kerjasama dalam melaksanakan penelitian, mitra sebagai calon pengguna hasil penelitian, atau mitra investor.

Mitra Penelitian	Nama Mitra	Nama Pelaksana
Mitra Pelaksana Penelitian		
Mitra Calon Pengguna		

4. ANGGARAN YANG DIGUNAKAN

Jenis Pembelanjaan	Komponen	Item	Satuan	Volume	Biaya Satuan (Rp)	Total
a. Bahan habis pakai	ATK	Alat tulis, Kertas	Paket	2	150.000	300.000
b. Perjalanan	Transport	Transport ke Lokasi	Kali	7	160.000	1.120.000
c. Luaran	Fee Jurnal	Article Processing Charge	Kali	1	750.000	750.000

5. LAPORAN PENELITIAN

A. RINGKASAN

Ringkasan penelitian tidak lebih dari 350 kata yang berisi urgensi penelitian, tujuan dan tahapan metode penelitian, dan luaran yang ditargetkan.

Kabupaten Sidenreng Rappang terdapat puluhan kegiatan usaha kecil atau industri rumahan yang dijalankan oleh ibu-ibu rumah tangga yang memproduksi makanan dan minuman produk. Hal ini akan memberikan dampak positif terhadap kesejahteraan masyarakat seperti peningkatan perekonomian rumah tangga dan peningkatan taraf hidup masyarakat setempat. Berdasarkan data BPS (2024), Kabupaten Sidrap Tahun 2023 mengalami pertumbuhan sebesar 3,28 persen dibanding tahun sebelumnya. Pertumbuhan terjadi pada hampir seluruh lapangan usaha, dan pertumbuhan tertinggi dicapai oleh Lapangan Usaha Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum sebesar 9,27 persen. Hal ini disebabkan oleh meningkatnya usaha penyediaan makan dan minum.

Saat ini jenis makanan siap saji semakin inovatif seiring dengan semakin banyaknya peminat makanan siap saji, salah satunya adalah Dimsum. Makanan ini merupakan camilan khas Tiongkok yang dimodifikasi menjadi makanan halal yang dapat dikonsumsi masyarakat di daerah ini. Usaha dimsum di Kabupaten Sidrap terutama melalui merek Shu.Maique merupakan salah satu usaha yang memanfaatkan peluang pasar lokal dengan menyediakan dimsum yang tidak hanya enak, tetapi juga dikemas dengan menarik. Namun, meskipun memiliki potensi yang besar, usaha ini dihadapkan pada persaingan atas kehadiran pelaku usaha dengan produk yang sama. Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang bagaimana strategi pengembangan usaha dimsum Shu. Maique dalam mempertahankan eksistensinya.

B. KATA KUNCI

Kata kunci minimal 3 kata dan maksimal 5 kata, tiap kata dipisahkan tanda titik koma (;)

Strategi Pengembangan, Usaha Dimsum Analisis SWOT, QSPM

C. PENDAHULUAN

Pendahuluan penelitian tidak lebih dari 1000 kata yang terdiri dari:

1. Latar belakang dan rumusan permasalahan yang akan diteliti
2. Pendekatan pemecahan masalah

Sitasi disusun dan ditulis berdasarkan sistem nomor sesuai dengan urutan pengutipan.

1. Latar belakang dan Rumusan Masalah yang Diteliti

Perubahan gaya hidup, meningkatnya keragaman preferensi konsumen, dan perkembangan teknologi menjadi pendorong pertumbuhan industri kuliner (Sophianti & Bashori, 2024; Wahidah et.al., 2024; Salsabila & Hana, 2023). Modifikasi makanan non halal yang disesuaikan dengan preferensi konsumen yang semakin menuju ke produk halal, makin memperkuat ekonomi nasional seiring meningkatnya pendapatan masyarakat (Jauhari, 2024). Hal tersebut memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk memasuki pasar dengan inovasi di berbagai industri kreatif dan kuliner.

Kreativitas dalam mengolah dan memodifikasi berbagai jenis makanan menjadi peluang sektor kuliner yang menguntungkan (Afri et.al., 2023; Soleh & Idris, 2024), sehingga turut di manfaatkan masyarakat yang ada di Kabupaten Sidrap. Kegiatan usaha kecil atau industri

rumahan yang dijalankan oleh masyarakat dianggap cukup memberikan dampak terhadap peningkatan pendapatan mereka.

Data BPS 2024 mencatat pertumbuhan ekonomi Kabupaten Sidrap mengalami peningkatan sebesar 3,28 persen dibanding sebelumnya. Pertumbuhan tertinggi dicapai oleh Lapangan Usaha Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum sebesar 9,27 persen. Pertumbuhan tersebut menunjukkan minat pelaku usaha sektor kuliner sebagai penyedia makan dan minum telah mampu diterima konsumen berbagai lapisan (Khemika & Tirtadidjaja, 2024).

Salah satu jenis makanan siap saji yang memiliki banyak peminat baik usaha maupun konsumen adalah dimsum. Makanan yang berasal dari Tiongkok ini umumnya disajikan dengan cara dikukus atau digoreng (Rosida & Anggraeny, 2023). Usaha dimsum di daerah ini memanfaatkan peluang pasar lokal dengan menyediakan dimsum yang tidak hanya enak, tetapi juga dikemas dengan menarik. Meski demikian, besarnya minat pelaku usaha menyebabkan persaingan usaha makin terbuka sehingga masing-masing membutuhkan strategi dalam pengembangan usahanya (Yuliaty et. al., 2020).

Shu.Maique merupakan entitas bisnis yang berfokus pada industri kuliner, khususnya dalam penyediaan hidangan dimsum yang berdiri sejak 2022 dan dimulai dengan skala kecil yang membentuk dimsum secara kreatif dari segi rasa dan tampilan (Nuriana et al. 2024; Putri et al., 2022). Seiring dengan pesatnya perkembangan bisnis kuliner ini, Shu. Maique berupaya untuk memenuhi permintaan pasar yang semakin luas.

Shu. Maique telah mengoperasikan empat outlet yang tersebar di berbagai lokasi, yaitu di Kelurahan Pangkajene, Kelurahan Baranti, Kabupaten Sidenreng Rappang, serta di luar wilayah Kabupaten Sidrap, yaitu di Kabupaten Pinrang dan Kota Makassar. Pemilik mengakui jika membutuhkan upaya pengembangan usaha sehingga mereka mampu memperluas pasar dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen akan makanan siap saji dan tetap memperhatikan higienitas produk sehingga aman dikonsumsi masyarakat. Berdasarkan uraian tadi, penelitian ini bertujuan untuk menentukan strategi pengembangan usaha Shu.Maique di Kabupaten Sidrap.

2. Pendekatan Pemecahan Masalah

Perkembangan usaha dimsum cukup pesat belakangan ini, usaha dimsum mulai dikenali oleh masyarakat di Kabupaten Sidrap. Banyaknya usaha dimsum yang baru menjadikan pesaing bagi usaha dimsum dan hal ini berdampak terhadap eksistensi usaha dimsum Shu.Maique. Dibutuhkan strategi yang tepat bagi pemilik selaku produsen dimsum dalam mempertahankan keberlanjutan usaha dengan memanfaatkan faktor kekuatan yang dimiliki dan peluang yang ada untuk meminimalisir kelemahan dan mempersiapkan alternatif dalam mengatasi ancaman dalam pengembangan usahanya.

E. TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka tidak lebih dari 1000 kata dengan mengemukakan state of the art dan peta jalan (road map) dalam bidang yang diteliti. Bagan dan road map dibuat dalam bentuk JPG/PNG yang kemudian disisipkan dalam isian ini. Sumber pustaka/referensi primer yang relevan dan dengan mengutamakan hasil penelitian pada jurnal ilmiah dan/atau paten yang

1. State of The Art dan Kebaruan

Penelitian tentang strategi pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam sektor kuliner telah banyak dilakukan, terutama mengingat peran penting sektor ini dalam

perekonomian lokal dan nasional. Secara umum, pendekatan analisis **SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats)** digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi daya saing dan keberlanjutan usaha (Rangkuti, 2016). Sementara itu, metode **QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix)** dipakai untuk menentukan alternatif strategi terbaik secara kuantitatif berdasarkan bobot dan rating dari faktor SWOT (David & David, 2017).

Beberapa penelitian terdahulu yang relevan menunjukkan bahwa pendekatan SWOT-QSPM efektif dalam merumuskan strategi bisnis UMKM kuliner. Namun, sebagian besar studi tersebut masih bersifat umum atau berfokus pada wilayah perkotaan besar. Minim penelitian yang secara spesifik menganalisis UMKM kuliner berbasis makanan khas seperti dimsum yang berkembang di wilayah non-metropolitan seperti Kabupaten Sidrap, Sulawesi Selatan. Padahal, potensi pengembangan usaha kuliner modern di daerah ini menunjukkan tren pertumbuhan yang positif seiring dengan peningkatan daya beli masyarakat dan minat konsumen terhadap makanan praktis dan higienis.

Penelitian ini menawarkan **kebaruan** dalam tiga aspek utama:

1. Objek Studi yang Spesifik dan Kontekstual. Penelitian ini secara spesifik menganalisis strategi pengembangan usaha dimsum Shu.Maique di Kabupaten Sidrap, yang belum banyak dijadikan objek studi. Berbeda dengan riset sebelumnya yang fokus pada usaha kuliner skala besar di kota besar, studi ini menyoroti UMKM lokal yang sedang berkembang dalam konteks pedesaan atau semi-perkotaan.
2. Integrasi SWOT dan QSPM dalam Pengambilan Keputusan Strategis UMKM Kuliner Daerah. Penelitian ini menggabungkan analisis SWOT dan QSPM secara sistematis untuk menghasilkan strategi pengembangan yang tidak hanya bersifat deskriptif tetapi juga kuantitatif dan terukur. Kombinasi ini memberikan dasar rasional bagi pemilik usaha untuk memilih strategi terbaik berdasarkan skor prioritas.
3. Kontribusi Praktis bagi Pengembangan UMKM Kuliner Non-Metropolitan Dengan fokus pada Sidrap, penelitian ini memberikan kontribusi dalam bentuk model strategi pengembangan yang bisa direplikasi oleh pelaku usaha serupa di daerah lain. Hasilnya tidak hanya relevan bagi pemilik Shu.Maique, tetapi juga bagi pemangku kebijakan dan komunitas UMKM dalam perencanaan pengembangan usaha kuliner lokal yang berkelanjutan.

2. Peta jalan penelitian



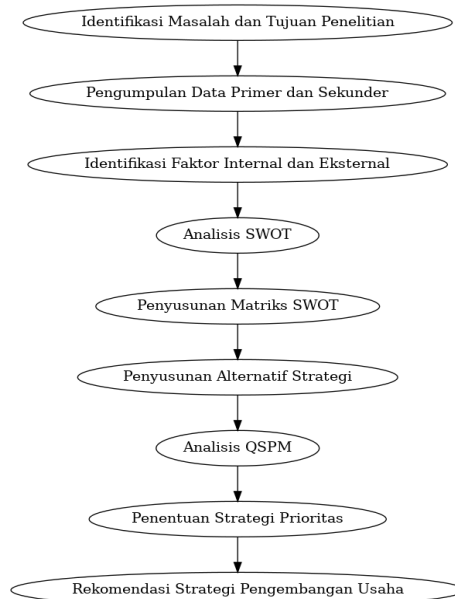
E. METODE PENELITIAN

Metode atau cara untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan ditulis tidak melebihi 600 kata. Bagian ini dilengkapi dengan diagram alir penelitian yang menggambarkan apa yang sudah dilaksanakan dan yang akan dikerjakan selama waktu yang diusulkan. Format diagram alir dapat berupa file JPG/PNG. Bagan penelitian harus dibuat secara utuh dengan penahapan yang jelas, mulai dari awal bagaimana proses dan luarannya, dan indikator capaian yang ditargetkan. Di bagian ini harus juga mengisi tugas masing-masing anggota pengurus sesuai tahapan penelitian yang diusulkan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan kuantitatif (mix methods) untuk menganalisis strategi pengembangan usaha dimsum Shu.Maique. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha, observasi langsung kegiatan usaha, serta penyebaran kuesioner kepada konsumen dan stakeholder terkait. Data sekunder diperoleh dari laporan usaha, data pemasaran, serta literatur relevan.

Tahapan analisis dimulai dengan identifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi usaha menggunakan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Setiap faktor diberi skor dan bobot berdasarkan persepsi pemilik usaha dan responden yang dianggap ahli atau relevan. Selanjutnya, hasil SWOT dijadikan dasar penyusunan alternatif strategi melalui penyusunan matriks SWOT. Setelah alternatif strategi diperoleh, langkah berikutnya adalah menentukan prioritas strategi terbaik dengan menggunakan metode Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). Dalam tahap ini, setiap alternatif strategi dinilai berdasarkan daya tarik relatif (Attractiveness Score) dari masing-masing faktor strategis. Hasil

akhir dari analisis QSPM menunjukkan strategi yang paling layak dan memiliki skor tertinggi untuk diimplementasikan dalam pengembangan usaha Shu.Maique.



F. HASIL PELAKSANAAN PENELITIAN

Tuliskan secara hasil pelaksanaan penelitian yang telah dicapai sesuai tahun pelaksanaan penelitian. Penyajian meliputi data, hasil analisis, dan capaian luaran (wajib dan atau tambahan). Seluruh hasil atau capaian yang dilaporkan harus berkaitan dengan tahapan pelaksanaan penelitian sebagaimana direncanakan pada proposal. Penyajian data dapat berupa gambar, tabel, grafik, dan sejenisnya, serta analisis didukung dengan sumber pustaka primer yang relevan dan terkini.

Analisis Faktor Internal dan Eksternal

Identifikasi faktor internal dan eksternal dilakukan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang dihadapi oleh pemilik usaha Shu.Maique dalam pengembangan usaha Dimsum-nya.

Tabel 1. Faktor Internal Pengembangan Usaha Dimsum Shu.Maique

FAKTOR INTERNAL	
Kekuatan (Strengths) S	Kelemahan (Weaknesses) W
1. Lokasi Outlet Shu.Maique yang strategis	1. Pengelolaan struktur organisasi belum optimal
2. Pemasaran digital dan kemitraan e- commerce	2. Biaya operasional yang tinggi
3. Rasa Dimsum yang otentik, enak, berkualitas dan pelopor dimsum mentai	3. Terbatasnya sumber daya manusia
4. Kemasan yang Menarik	4. Produk tidak tahan lama
5. Inovasi Produk Varian beragam	5. Bahan produksi tersedia di lokasi tertentu

Tabel 1 menunjukkan terdapat masing-masing lima faktor kekuatan dan kelemahan yang diidentifikasi melalui wawancara, observasi lapangan, data internal usaha, dan kuisioner terhadap pemilik usaha Shu.Maique Sidrap. Sedangkan pada Tabel 2 menggambarkan lima faktor yang menjadi peluang dan ancaman bagi pengembangan usaha ini.

Tabel 2. Faktor Eksternal Pengembangan Usaha Dimsum Shu.Maique

FAKTOR EKSTERNAL	
Peluang (Opportunities) O	Ancaman (Threats) T

1. Meningkatnya daya beli masyarakat	1. Fluktuasi harga bahan baku
2. Peningkatan kesadaran masyarakat akan produk halal	2. Belum adanya NIB dan Sertifikat Penyuluhan Keamanan Pangan
3. Tren makanan sehat dan Kebiasaan sosial berbagi makanan sebagai bentuk perhatian	3. Risiko gangguan sistem digital
4. Digitalisasi pembayaran dan keuangan	4. Persaingan pasar yang ketat
5. Sudah mempunyai pemasok tetap	5. Harga produk pesaing lebih murah

Setelah dilakukan identifikasi terhadap berbagai faktor internal dan eksternal yang memengaruhi usaha dimsum Shu.Maique, langkah selanjutnya adalah menyusun matriks evaluasi faktor internal (IFE) dan matriks evaluasi faktor eksternal (EFE). Matriks IFE digunakan untuk mengevaluasi kekuatan dan kelemahan internal usaha, sementara matriks EFE dimaksudkan untuk menilai sejauh mana usaha merespons peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal. Setiap faktor diberi skor berdasarkan tingkat kepentingan (bobot) dan penilaian usaha dalam merespons faktor tersebut (rating). Skor total dari kedua matriks ini akan digunakan untuk menentukan posisi strategi usaha dalam Matriks IE (Internal-External), yang menjadi dasar dalam merumuskan alternatif strategi melalui analisis SWOT dan pemilihan strategi prioritas menggunakan QSPM.

Tabel 3. Matriks Internal Faktor Evaluation (IFE) Pengembangan Usaha Dimsum Shu.Maique Sidrap

Faktor-faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
1	2	3	4=2x3
Kekuatan (S) Strengths			
1. Lokasi outlet Shu.Maique yang strategis	3,833	0,099	0,378
2. Pemasaran digital dan kemitraan e-commerce	3,500	0,096	0,337
3. Rasa dimsum yang otentik, enak, berkualitas dan pelopor dimsum mentai	4	0,105	0,418
4. Kemasan yang menarik	4	0,101	0,406
5. Inovasi produk varian beragam	3,667	0,096	0,352
Total Kekuatan (Strengths)			1,889
Kelemahan (W) Weaknesses			
1. Pengelolaan struktur organisasi belum optimal	1,833	0,087	0,160
2. Biaya operasional yang tinggi	1,500	0,112	0,168
3. Produk tidak tahan lama	1,667	0,098	0,164
4. Terbatasnya sumber daya manusia	1,500	0,107	0,160
5. Bahan produksi tersedia di lokasi tertentu	1,667	0,099	0,165
Total Kelemahan (Weakness)			0,816
Total Keseluruhan			2,708

Hasil perhitungan pada Tabel 3 menjelaskan bahwa total skor kekuatan (Strengths) adalah sebesar 1,889, sedangkan total skor kelemahan (Weaknesses) adalah 0,816, sehingga total keseluruhan skor Matriks IFE mencapai 2,708. Nilai ini menunjukkan bahwa secara internal, usaha Shu.Maique berada dalam posisi yang cukup kuat karena mampu memanfaatkan sebagian besar kekuatannya meskipun masih terdapat beberapa kelemahan yang perlu dibenahi. Faktor kekuatan utama yang memberi kontribusi terbesar adalah rasa dimsum yang otentik dan berkualitas (skor 0,418), serta kemasan produk yang menarik (skor 0,406). Hal ini menjelaskan jika pemilik usaha sangat peduli terhadap kualitas produk yang ditawarkan. Salah satu yang menentukan keputusan pembelian terhadap suatu produk oleh konsumen adalah kualitas produk yang ditawarkan (Maulida, 2024). Sementara itu, kelemahan terbesar berasal dari biaya operasional yang tinggi (skor 0,168). Pemilik mengakui jika tingginya permintaan menyebabkan mereka harus menambah tenaga kerja dengan bahan baku yang lumayan mahal karena ingin konsisten menjaga kualitas dimsum yang dihasilkan. Dari hasil penelitian Mellysha et.al (2024) dan Ellynawati et.al (2025), diketahui biaya operasional makanan cepat saji seperti dimsum diakui produsen sebagai komponen biaya usaha yang cukup besar.

Tabel 4. Matriks External Faktor Evaluation (EFE) Pengembangan Usaha Dimsum Shu.Maique Sidrap

Faktor-faktor Eksternal		Bobot	Rating	Bobot x Rating
1		2	3	4=2x3
Peluang (O) Opportunities				
1.	Meningkatnya daya beli masyarakat	3,667	0,100	0,365
2.	Peningkatan kesadaran masyarakat akan produk halal	3,500	0,099	0,347
3.	Tren makanan sehat dan kebiasaan sosial berbagi makanan sebagai bentuk perhatian	3,500	0,098	0,345
4.	Digitalisasi pembayaran dan keuangan	3,667	0,085	0,311
5.	Sudah mempunyai pemasok tetap	3,667	0,099	0,362
Total Peluang (Opportunityess)				1,730
Ancaman (T) Threats				
1.	Fluktuasi harga bahan baku	3,000	0,109	0,328
2.	Belum adanya NIB dan Sertifikat Penyuluhan Keamanan Pangan	2,333	0,113	0,264
3.	Risiko gangguan sistem digital	2,667	0,096	0,256
4.	Persaingan pasar yang ketat	2,667	0,099	0,263
5.	Harga produk pesaing lebih murah	2,500	0,102	0,254
Total Kelemahan (Weakness)				1,366
Total Keseluruhan				3,096

Berdasarkan Tabel 4, diketahui bahwa hasil analisis terhadap faktor eksternal diperoleh total nilai tertimbang sebesar 3,096, yang mencerminkan bahwa lingkungan eksternal memberikan pengaruh cukup positif terhadap kelangsungan dan pengembangan usaha. Nilai ini terdiri atas 1,730 dari faktor peluang dan 1,366 dari faktor ancaman. Artinya, peluang yang tersedia saat ini lebih dominan dibandingkan dengan ancaman yang dihadapi, sehingga secara strategis usaha berada dalam posisi untuk memanfaatkan peluang dan meminimalkan risiko eksternal.

Faktor peluang utama menunjukkan nilai tertimbang yang tinggi, dengan urutan peluang dominan sebagai berikut:

1. Meningkatnya daya beli masyarakat (0,365): Peluang ini memiliki skor tertinggi, menunjukkan bahwa peningkatan daya beli menjadi dorongan utama yang bisa dimanfaatkan untuk memperluas pasar dan meningkatkan volume penjualan.
2. Sudah mempunyai pemasok tetap (0,362): Ketersediaan pemasok tetap menjadi keunggulan dalam menjaga kelancaran rantai pasok dan kestabilan kualitas produk.
3. Peningkatan kesadaran akan produk halal (0,347): Memberikan keunggulan kompetitif terutama di segmen pasar muslim yang peduli pada aspek kehalalan produk.
4. Tren makanan sehat & kebiasaan sosial berbagi makanan (0,345): Mendukung diferensiasi produk yang tidak hanya menyehatkan, tetapi juga memiliki nilai sosial dalam kehidupan sehari-hari. Faktor 3 dan 4 ini mendukung penciptaan nilai tambah bagi produk yang menonjolkan aspek etika dan kesehatan, yang semakin relevan dengan preferensi konsumen modern (Rahmawaty et.al, 2023).
5. Digitalisasi pembayaran dan keuangan (0,311): Digitalisasi membuka peluang efisiensi operasional dan kemudahan transaksi, yang penting dalam mengimbangi perubahan pola konsumsi masyarakat yang serba digital.

Meskipun peluang dominan, terdapat beberapa ancaman signifikan yang perlu diantisipasi:

1. Fluktuasi harga bahan baku (0,328): Ancaman ini paling signifikan dan berdampak langsung terhadap biaya produksi. Strategi mitigasi seperti kontrak jangka panjang dengan pemasok atau diversifikasi bahan baku dapat diterapkan (Narulita et al, 20 24).

2. Belum adanya NIB dan Sertifikat Penyuluhan Keamanan Pangan (0,264): Legalitas dan keamanan produk menjadi tantangan utama dalam pengembangan pasar, terutama jika usaha ingin masuk ke pasar modern atau ekspor.
3. Risiko gangguan sistem digital (0,256): Ketergantungan terhadap sistem digital harus diimbangi dengan peningkatan keamanan data dan pelatihan bagi pelaku usaha agar tidak terganggu saat sistem bermasalah.
4. Persaingan pasar yang ketat (0,263): Meningkatnya kompetitor menuntut diferensiasi produk dan strategi branding yang kuat
5. Harga produk pesaing yang lebih murah (0,254): Perlu strategi diferensiasi produk dan penekanan pada kualitas atau nilai tambah, seperti sertifikasi halal atau kemasan menarik.

Dengan skor IFE = 2,708 dan EFE = 3,096, maka dapat dipetakan posisi strategi usaha Shu.Maique Sidrap menggunakan Matriks Internal-Eksternal (IE Matrix) seperti terlihat pada Gambar 1.

		INTERNAL			
		Kuat	Sedang	Lemah	
		4,0	3,0	2,0	1,0
EKSTERNAL	Tinggi	I	II	III	
	Menengah	IV	V	VI	
	Rendah	VII	VIII	IX	

Gambar 1. Matriks IE Pengembangan Usaha Dimsum Shu.Maique Sidrap

Gambar 1 merupakan ilustrasi hasil perhitungan skor tertimbang dari analisis Matriks yang diperoleh. Matriks IE merupakan alat analisis strategis yang mengintegrasikan dua dimensi utama, yaitu lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan) pada sumbu horizontal dan lingkungan eksternal (peluang dan ancaman) pada sumbu vertikal. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi posisi strategis perusahaan atau unit usaha agar dapat ditentukan strategi pengembangan yang paling sesuai (Iftikar et al., 2022; Maulana et al., 2023).

Berdasarkan hasil analisis Matriks Internal-Eksternal (IE), usaha dimsum Shu.Maique Sidrap memperoleh skor tertimbang sebesar 2,708 untuk faktor internal (IFE) dan 3,096 untuk faktor eksternal (EFE). Skor ini menempatkan usaha pada posisi Kuadran II dalam Matriks IE. Kuadran II mencerminkan kondisi organisasi dengan kekuatan internal yang sedang namun menghadapi peluang eksternal yang tinggi. Dengan kata lain, meskipun kapasitas internal organisasi belum sepenuhnya optimal, namun terdapat potensi besar dari lingkungan eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk pertumbuhan usaha. David (2020) menerangkan bahwa matriks IE dibagi ke dalam sembilan kuadran yang merepresentasikan tiga strategi utama: *Grow and Build*, *Hold and Maintain*, serta *Harvest or Divest*. Kuadran II secara khusus termasuk dalam strategi *Grow and Build*, yang juga mencakup Kuadran I dan IV. Strategi ini menunjukkan bahwa usaha berada dalam posisi yang cukup potensial untuk mengembangkan usahanya melalui berbagai pendekatan pertumbuhan.

Strategi *Grow and Build* meliputi berbagai alternatif seperti penetrasi pasar (meningkatkan pangsa pasar pada segmen yang ada), pengembangan pasar (memasuki pasar geografis atau demografis baru), serta pengembangan produk (inovasi dan diversifikasi produk). Bagi Usaha Dimsum Shu.Maique Sidrap, hal ini bisa dilakukan melalui pengembangan menu, perluasan jaringan distribusi seperti melalui layanan pesan antar berbasis aplikasi, serta promosi yang lebih intensif untuk menjangkau pelanggan baru. Walaupun kekuatan internal usaha masih

dalam kategori sedang, hal ini tidak menjadi penghambat untuk bertumbuh selama organisasi mampu menyelaraskan strategi internal dan eksternal secara efektif (Kyana et.al, 2023).

Dengan memanfaatkan posisi strategis di Kuadran II secara optimal, usaha dimsum Shu.Maique Sidrap dapat melakukan ekspansi usaha secara terencana dan berkelanjutan, serta memperkuat pondasi internal agar mampu menghadapi tantangan eksternal di masa depan. Strategi yang diambil hendaknya memperhatikan sinergi antara potensi pasar yang besar dan kesiapan organisasi dalam melakukan transformasi menuju usaha yang lebih kompetitif dan berdaya saing tinggi.

Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)

Setelah mengidentifikasi berbagai alternatif strategi berdasarkan analisis faktor internal dan eksternal, tahap selanjutnya adalah menentukan strategi prioritas menggunakan metode Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). Metode ini memungkinkan penilaian objektif terhadap setiap alternatif strategi berdasarkan daya tarik strategisnya (Indriarti & Chaidir, 2021). Hasil QSPM ditunjukkan melalui nilai Total Attractiveness Score (TAS), yang digunakan sebagai dasar dalam menentukan urutan prioritas strategi yang paling sesuai untuk diterapkan oleh Usaha Dimsum Shu.Maique dapat dilihat pada Tabel 5.

Tabel 5. Prioritas Strategis Hasil QSPM

No	Prioritas Strategi	Σ TAS
1	Merekrut tenaga kerja yang kompeten / profesional	6,617
2	Melakukan pengembangan dan inovasi produk secara berkala	6,585
3	Mempertahankan dan menambah hubungan kerjasama yang baik dengan pemasok /supplier	6,549
4	Mengoptimalkan kemajuan teknologi dan informan	6,487
5	Percepatan proses NIB dan Sertifikat Penyuluhan Keamanan Pangan	6,40
6	Meningkatkan Keamanan Sistem Digital untuk mengatasi Risiko Gangguan Teknologi	6,26

Strategi dengan nilai TAS tertinggi dari Tabel 5 menunjukkan tingkat ketertarikan dan kelayakan eksekusi yang paling kuat, yaitu:

1. Merekrut tenaga kerja yang kompeten/profesional (TAS = 6,617)
Strategi ini menduduki prioritas tertinggi karena ketersediaan SDM yang kompeten menjadi kunci keberhasilan operasional dan inovasi usaha. Tenaga kerja yang terlatih akan meningkatkan kualitas pelayanan dan efisiensi produksi, serta memperkuat daya saing produk di pasar.
2. Melakukan pengembangan dan inovasi produk secara berkala (TAS = 6,585)
Inovasi produk yang berkelanjutan sangat penting dalam industri makanan untuk menjaga minat konsumen dan mengikuti tren pasar. Strategi ini bernilai tinggi karena mendukung keberlanjutan usaha dan daya tarik konsumen.
3. Mempertahankan dan menambah hubungan kerjasama dengan pemasok (TAS = 6,549)
Hubungan yang stabil dengan pemasok menjamin kelancaran pasokan bahan baku, stabilitas harga, dan kualitas produk. Strategi ini krusial untuk mendukung kontinuitas produksi dan pengembangan produk.
4. Mengoptimalkan kemajuan teknologi dan informasi (TAS = 6,487)
Pemanfaatan teknologi, seperti sistem pemesanan online, promosi digital, dan manajemen inventori, menjadi faktor penting untuk meningkatkan efisiensi dan jangkauan pasar. Strategi ini mendukung transformasi digital usaha.
5. Percepatan proses NIB dan Sertifikat Penyuluhan Keamanan Pangan (TAS = 6,400)

Legalitas usaha dan sertifikasi keamanan pangan penting untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas pasar, dan membuka peluang kemitraan dengan platform digital maupun lembaga formal lainnya.

6. Meningkatkan keamanan sistem digital (TAS = 6,260)

Di era digital, keamanan data pelanggan dan sistem operasional menjadi penting. Walau berada pada urutan terakhir, strategi ini tetap relevan untuk mencegah risiko kebocoran data dan gangguan teknologi yang dapat menghambat operasional.

Strategi prioritas tertinggi difokuskan pada peningkatan kualitas SDM, inovasi produk, dan penguatan rantai pasok. Ketiga strategi ini paling mendukung akselerasi pertumbuhan usaha dan perlu diimplementasikan secara bertahap namun konsisten, disertai dengan pendampingan aspek teknologi dan legalitas usaha.

G. KESIMPULAN

Tuliskan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dicapai. Sebaiknya dalam bentuk narasi, bukan poin-poin.

Usaha pemanfaatan limbah kotoran sapi menjadi bahan baku biogas di Kecamatan Duampanua Kabupaten Pinrang layak untuk dilaksanakan, dilanjutkan dan dikembangkan. Nilai NPV, IRR, dan Net B/C yang diperoleh masing-masing dari kedua instalasi yang ada memenuhi kriteria kelayakan.

H. STATUS LUARAN

Tuliskan jenis, identitas dan status ketercapaian setiap luaran wajib dan luaran tambahan (jika ada). Jenis luaran dapat berupa publikasi, perolehan kekayaan intelektual, hasil pengujian atau luaran lainnya yang telah dijanjikan pada proposal. Uraian status luaran harus didukung dengan bukti kemajuan ketercapaian luaran sesuai dengan luaran yang dijanjikan. Lengkapi isian jenis luaran yang dijanjikan serta mengunggah bukti dokumen ketercapaian luaran wajib dan luaran tambahan melalui sebagai lampiran.

Luaran penelitian ini dalam bentuk artikel telah disubmit dan statusnya *terbit* pada Agribusiness Journal. Artikel dapat diakses melalui <https://usnsj.id/index.php/AJ/article/view/2479/pdf>.

I. PERAN MITRA (JIKA ADA)

Tuliskan peran mitra dalam kegiatan penelitian

Tidak ada mitra pada penelitian ini

J. KENDALA PELAKSANAAN PENELITIAN

Tuliskan kesulitan atau hambatan yang dihadapi selama melakukan penelitian dan mencapai luaran yang dijanjikan, termasuk penjelasan jika pelaksanaan penelitian dan luaran penelitian tidak sesuai dengan yang direncanakan.

K. REKOMENDASI PENELITIAN LANJUTAN

Tuliskan dan uraikan rencana penelitian lanjutan dari penelitian ini. Pada bagian ini diperbolehkan untuk melengkapi penjelasan dari setiap tahapan dalam metoda yang dapat direncanakan. Jika diperlukan, penjelasan dapat juga dilengkapi dengan gambar, alur kerangka pikir, tabel, diagram, serta pustaka yang relevan.

L. DAFTAR PUSTAKA

Menyusunan Daftar Pustaka berdasarkan sistem nomor sesuai dengan urutan pengutipan (Vancouver). Hanya pustaka yang disitasi pada laporan kemajuan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka.

- Afri, A., Yusrizal, & Syahbudi, M. 2023. Inovasi dan Kreativitas Usaha Kuliner Dalam Menghadapi Gejala Inflasi Pada Seafood 2000 di Kecamatan Medan Area. *Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin* Vol 1 No 8 : 233-244 <https://doi.org/10.5281/zenodo.8367362>
- David, Fred R. 2020. *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases*. Edisi ke-17. New Jersey: Pearson Education.
- Ellynawati, Anna Fajarwaty, & Afif Fuzi. 2025. Laporan Keuangan UMKM Dimsum Semreduu Untuk Mengetahui Laba dan Rugi. *Senada* Vol 05 No 03 : 134-145 <https://www.jurnalbima.id/index.php/senada/article/download/263/217>
- Halimah, AS., Nuddin, A. & Jawas, I. 2020. Strategi Pengembangan Usahatani Jagung Hibrida. *Jurnal Pertanian Agros* Vol. 22 No.2 : 147 -157 <https://e-journal.janabadra.ac.id/index.php/JA/article/download/1129/753>
- Iftikar, M. Z., Utama, A. S., Rahmadhi, N. S., Yuananto, M. N., Pratama, R. A. S., & Wardani, S. H. P. (2022). Analisis Penentuan Strategi Bersaing pada Bisnis Usaha Kafe Omah Koempoel. *Value : Journal of Management and Business*, 7(1), 19–33. <https://doi.org/10.35706/value.v7i1.7233>
- Indriarti, R. & Chaidir, NR. 2021. Penerapan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) Untuk Merumuskan Strategi Bisnis. *Manajerial* Vol 20 No 1 : 159-170 <https://ejournal.upi.edu/index.php/manajerial/article/view/41179>
- Jauhari, M. S. 2024. Analisis Proyeksi Peningkatan Konsumsi Produk Halal Di Berbagai Sektor Ekonomi Indonesia Hingga Tahun 2025. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 8(01) : 105-122 <https://jurnal.staialhidayahbogor.ac.id/index.php/ad/article/view/6495>
- Khemika Putri, N., & Andari Tirtadidjaja. 2024. Analisis Pengaruh Tren Kuliner Terhadap Minat Beli Produk Di Lucy Curated Compound Adityawarman. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 4(3), 1345–1358. Retrieved from <https://bajangjournal.com/index.php/JIRK/article/view/8269>
- Kyana, N. L. G. S. M., Tirtamara, A. A. A., & Yasa, N. N. K. 2023. Perumusan Strategi Pemasaran Produk Minuman Boba “Mixue” Dengan Menggunakan Matriks internal dan Eksternal. *Jurnal Pijar*, 1(3) : 578–587 <https://e-journal.naurendigiton.com/index.php/pmb/article/view/596>
- Maulana, M.A., Tiara, Alya, Mikail, Wahyu Angzelina Simanjuntak. 2023. Analisis Manajemen Strategik Perusahaan Pada Ayam Penyet Cabe Ijo “Sinar Karsi”. *Jurnal ekonomi Trisaksi* Vol 3 No 1 : 587-600 <https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.15527>
- Maulida, PF. 2024. Pengaruh Harga, Lokasi Usaha, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Usaha Ma’e Fried Chicken Kutai Kartanegara. <https://locus.rivierapublishing.id/index.php/jl/article/view/2449/530>
- Mellysha Septiani Putri Dwi Nuriana, Fanji Wijaya, & Erna Herlinawati. 2024. Strategi Pengembangan Usaha Pada UMKM Dimsum (Studi Kasus:Mami Dimsum Bandung). *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi, & Bisnis* Vol 5 No 3 : 313-328 <https://journal.jis-institute.org/index.php/jismab/article/view/1856>
- Nalurita, S., Lidya Setyowati, & Krista Widyatama. 2024. Tantangan dan Peluang Ekonomi Pedagang Dimsum. *Perfect Education Fairy* 2(3) : 163 - 172. <https://doi.org/10.56442/pef.v2i3.846>
- Nuriana, M. S. P. D. ., Wijaya, F., & Herlinawati, E. . (2024). Strategi Pengembangan Usaha Pada UMKM Dimsum Bandung (Studi Kasus:Mami Dimsum Bandung). *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 5(3), 313 - 328. <https://doi.org/10.47747/jismab.v5i3.1856>

- Putri, AN., Erdi Suroso, Puspita Yulindari, Tanto Pratondo Utomo, & Muhammad Nur. 2022. Strategi Pemasaran Usaha Dimsum (Studi Kasus Moresto Bandar Lampung). *Jurnal Agroindustri Berkelanjutan* Vol 1 No. 2 : 236-244 <https://jurnal.fp.unila.ac.id/index.php/JAB/article/view/6360>
- Rahmawaty A. Nadja, Andi Sitti Halimah, & Hikmawaty. 2023. Preferensi Konsumen Terhadap Pangan. Jawa Tengah : Penerbit NEM.
- Rosida, DF. & Anggraeny, FT. 2023. Bhakti Inovasi bagi Masyarakat dalam Edukasi Manfaat dan Diversifikasi Olahan Dimsum. *DIANDRA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* Vol 2 (2): 52 – 58 <https://diandra.upnjatim.ac.id/index.php/diandra/article/view/23>
- Salsabila, AA. & Hana, KF. 2023. Preferensi Konsumen Muslim: Eksistensi Makanan Halal Modern Terhadap Minat Beli Jajanan Tradisional pada Generasi Muda . (2023). *Fokus Bisnis Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 22(2), 238-246. <https://doi.org/10.32639/fokbis.v22i2.748>
- Sholeh, MI. & Idris. 2024. Keberlanjutan Bisnis Kuliner di Tengah Dinamika Pasar: Pengalaman Albarokah Chicken. *Jurnal Dinamika Bisnis dan Kewirausahaan* Vol 1, No 1 : 47-56 <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/jdbk/article/view/23869>
- Sophianti, N. & Bashori, M. 2024. Lentog Tanjung: Antara Tradisi Kuliner dan Tantangan Modernisasi di Era Globalisasi di Abad 20. *HISTORIA PEDAGOGIA Jurnal Penelitian dan Inovasi Pendidikan Sejarah* Vol. 13 Nomor 02 : 42-57 <https://journal.unnes.ac.id/journals/hp/article/view/14820>
- Wahidah, N. N., Pratiwi, A., Mila, M. L., & Sanjaya , V. F. . (2024). Analisis SWOT Pada Usaha Kuliner (Studi Pada Bakso Sony Di Bandar Lampung). *Al-A'mal : Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 1(2), 70-75. <https://journal.staittd.ac.id/index.php/ai/article/view/212>
- Yuliaty, T., Shafira, CS., & Akbar, MR. 2020. Strategi UMKM Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Global Studi Kasus Pada PT. Muniru Burni Telong. *Journal Management, Business, and Accounting* Vol 19 No 3 : 293-308 <https://journal.binadarma.ac.id/index.php/mbia/article/view/1167>

M. LAMPIRAN

Lampiran dapat berupa tabel, gambar, foto kegiatan, draf artikel, status luaran, dan dokumen lain yang dianggap perlu.

Tangkapan layar jurnal dan judul artikel yang *published*

