



Received: 30-08-2025  
Accepted: 22-09-2025

# ABDIMAS UNIVERSAL

<http://abdimasuniversal.uniba-bpn.ac.id/index.php/abdimasuniversal>  
DOI : <https://doi.org/10.36277/abdimasuniversal.v7i2.2741>

## Pengembangan Potensi Ekonomi Unggulan UMKM Melalui *Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)*

Ardana Putri Farahdiansari<sup>1\*</sup>; Joko Hadi Susilo<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universitas Bojonegoro

<sup>1\*</sup>E-mail: [putri.faradian@gmail.com](mailto:putri.faradian@gmail.com)

### Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengembangkan potensi ekonomi unggulan pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan menerapkan metode *Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)*. Metode ini digunakan sebagai alat analisis strategis untuk menentukan prioritas strategi yang paling efektif berdasarkan faktor internal dan eksternal dari analisis SWOT. Kegiatan ini dilaksanakan pada UMKM bawang goreng di Desa Klino, Kecamatan Sekar, Kabupaten Bojonegoro, yang memiliki potensi lokal namun menghadapi tantangan dalam pengelolaan dan pemasaran. Melalui analisis QSPM, ditemukan bahwa strategi yang paling relevan adalah peningkatan kualitas produk, pemanfaatan media digital, dan penguatan kemitraan dengan lembaga pendukung. Temuan ini menunjukkan bahwa pendekatan QSPM membantu pelaku UMKM secara objektif dalam memilih strategi yang sesuai dengan kondisi usaha mereka. Simpulan dari kegiatan ini adalah bahwa metode QSPM dapat diterapkan sebagai model pendampingan yang aplikatif, terukur, dan relevan dalam mendorong daya saing ekonomi berbasis potensi lokal desa.

**Kata kunci:** UMKM, QSPM, strategi, potensi ekonomi, Desa Klino

### Abstract

This community service aims to develop the leading economic potential of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) by applying the Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) method. This method is used as a strategic analysis tool to determine the most effective strategic priorities based on internal and external factors derived from a SWOT analysis. The activity was carried out on fried shallot MSMEs in Klino Village, Sekar District, Bojonegoro Regency, which have strong local potential but face challenges in management and marketing. Through QSPM analysis, the most relevant strategies identified were improving product quality, utilizing digital media, and strengthening partnerships with supporting institutions. These findings show that the QSPM approach helps MSME actors objectively choose strategies that match their business conditions. The conclusion of this activity is that the QSPM method can be applied as a practical, measurable, and relevant mentoring model to enhance local village-based economic competitiveness.

**Keywords:** MSMEs, QSPM, strategy, economic potential, Klino Village

### 1. Pendahuluan

Desa Klino yang terletak di Kecamatan Sekar, Kabupaten Bojonegoro, merupakan salah satu sentra produksi bawang merah unggulan di wilayah tersebut. Di Dusun Gayam, yang berada pada ketinggian sekitar 500 meter di atas permukaan laut, komoditas bawang merah menjadi sumber utama penghidupan bagi sekitar 173 petani, dengan total produksi mencapai kurang lebih 3.675 ton per tahun dari lahan seluas 306 hektare. Musim tanam biasanya dimulai pada pertengahan tahun dan berlangsung hingga musim hujan, dengan panen raya terjadi pada bulan September hingga Oktober (Gusnawaty et al., 2025).

Meskipun memiliki potensi produksi yang tinggi, para petani di Desa Klino menghadapi tantangan serius berupa fluktuasi harga hasil panen. Sebagai contoh, pada panen raya tahun 2023, harga bawang merah mengalami penurunan drastis menjadi Rp6.000,00–

8.000,00/kg, jauh di bawah harga tahun sebelumnya yang mencapai Rp18.000,00/kg. Penurunan harga ini umumnya disebabkan oleh kelebihan pasokan yang tidak diimbangi dengan permintaan pasar (Iis Komariah et al., 2024). Salah satu varietas unggulan, yaitu bawang merah karet, dikenal memiliki ukuran besar, aroma kuat, dan daya simpan tinggi, namun tetap tidak mampu menahan anjloknya harga saat panen melimpah.

Permasalahan tersebut berdampak langsung terhadap keberlanjutan pendapatan petani dan pelaku usaha pengolahan hasil pertanian, khususnya para ibu rumah tangga yang tergabung dalam Kelompok Tani Wanita (KTW). Mereka mengolah bawang merah menjadi produk turunan seperti bawang goreng dengan merek lokal “Emas Merah”. Akan tetapi, kelemahan dalam manajemen usaha dan strategi pemasaran menjadi kendala utama dalam pengembangan produk unggulan tersebut.

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk membantu pengembangan potensi ekonomi lokal melalui pendampingan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berbasis hasil pertanian Desa Klino, dengan fokus pada produk bawang goreng. Metode yang digunakan adalah *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM), yang berfungsi sebagai alat analisis objektif dalam menentukan strategi pengembangan berdasarkan faktor internal dan eksternal dari analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats* (SWOT) (Nuraini Rahmawati et al., 2025). Dengan adanya QSPM, sangat membantu para pelaku usaha UMKM dalam menganalisa kegiatan usahanya sendiri, memperkuat kekuatan yang dimiliki, serta dapat mengevaluasi kekurangan yang terjadi.

## 2. Bahan dan Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan melalui pendekatan partisipatif dan kolaboratif dengan melibatkan langsung pelaku UMKM bawang goreng “Emas Merah” di Desa Klino, Kecamatan Sekar, Kabupaten Bojonegoro. Pendekatan ini bertujuan agar setiap intervensi yang diberikan relevan dengan kondisi nyata di lapangan dan dapat diterapkan secara berkelanjutan oleh mitra (Iis Komariah, 2022).



**Gambar 1. Survey dengan Petani Bawang Merah Desa Klino**

Tahapan kegiatan dimulai dengan observasi lapangan untuk mengidentifikasi kondisi aktual UMKM, termasuk aspek produksi, pemasaran, dan manajemen usaha (Morreira et al., 2024). Data primer dikumpulkan melalui wawancara mendalam, diskusi kelompok terarah (FGD), dan kuesioner internal/eksternal (Hafid Bahtiar et al., 2022). Selanjutnya dilakukan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) untuk mengidentifikasi faktor strategis internal dan eksternal yang memengaruhi kelangsungan usaha (Azzahra et al., 2024). Berdasarkan matriks SWOT tersebut, dikembangkan beberapa alternatif strategi yang kemudian dianalisis menggunakan metode *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM).

QSPM merupakan alat analisis kuantitatif yang digunakan untuk menentukan prioritas strategi berdasarkan bobot dan rating dari setiap faktor SWOT (Handayani et al., 2024). Setiap faktor diberi skor berdasarkan tingkat kepentingannya dan pengaruh relatif terhadap masing-masing alternatif strategi (Aryo et al., 2024). Hasil perhitungan dalam QSPM berupa *Total Attractiveness Score* (TAS) digunakan untuk memilih strategi yang paling tepat bagi UMKM dalam mengembangkan potensi ekonominya (Sandra et al., 2025). Dalam QSPM, setiap faktor strategis internal (kekuatan, kelemahan) dan eksternal (peluang, ancaman) yang sebelumnya diidentifikasi lewat IFE & EFE Matrix diberi bobot sesuai tingkat kepentingannya. Dengan demikian, strategi yang memiliki nilai TAS tertinggi dianggap paling layak untuk diimplementasikan. Hal ini membantu UMKM menentukan arah pengembangan ekonomi secara lebih objektif dan terukur.

Dalam pelaksanaan kegiatan, tim pengabdian juga melakukan pelatihan singkat kepada pelaku UMKM mengenai penggunaan media digital untuk promosi, peningkatan kualitas kemasan, serta penguatan kemitraan dengan lembaga pendukung (BUMDes, koperasi, dan dinas terkait). Metode penyampaian dilakukan melalui sesi penyuluhan, praktik langsung, serta pendampingan intensif secara bertahap. Semua tahapan kegiatan dilakukan selama kurun waktu dua bulan dengan monitoring dan evaluasi secara berkala.



**Gambar 2. Produk Bawang Goreng Emas Merah**

## 3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan di Desa Klino, Kecamatan Sekar, Kabupaten Bojonegoro, menunjukkan bahwa UMKM bawang goreng “Emas Merah” memiliki potensi ekonomi lokal yang cukup besar, namun masih menghadapi tantangan dalam pengelolaan usaha, pemasaran, dan pengemasan produk. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, ditemukan bahwa pelaku usaha belum memiliki strategi

pengembangan yang terstruktur serta belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal.

### 3.1 Hasil Analisis SWOT

Analisis SWOT dilakukan untuk mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang dihadapi oleh UMKM (Wahyudi et al., 2024). Hasil identifikasi ditampilkan pada Tabel 1 berikut.

**Tabel 1. Analisis SWOT UMKM Bawang Goreng Emas Merah Desa Klimo**

Kekuatan ( <i>Strengths</i> )	Kelemahan ( <i>Weaknesses</i> )
<ul style="list-style-type: none"> <li>Kualitas bahan baku bawang merah tinggi (varietas karet)</li> <li>Ketersediaan bahan baku melimpah dan berkelanjutan</li> <li>Cita rasa khas dan disukai konsumen</li> <li>Dukungan kelompok tani dan masyarakat sekitar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pengemasan produk masih sederhana dan kurang menarik</li> <li>Pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran masih minim</li> <li>Kapasitas produksi terbatas saat permintaan meningkat</li> <li>Belum memiliki sertifikasi produk (PIRT, halal)</li> </ul>
Peluang ( <i>Opportunities</i> )	Ancaman ( <i>Threats</i> )
<ul style="list-style-type: none"> <li>Permintaan pasar terhadap produk bawang goreng terus meningkat</li> <li>Dukungan pemerintah dan dinas terkait dalam</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fluktuasi harga bawang merah di pasaran</li> <li>Persaingan dengan produk bawang goreng dari daerah lain</li> </ul>

**Tabel 2. Matriks QSPM Bawang Goreng Emas Merah Desa Klimo**

Faktor Strategis	Bobot	AS S1	AS S2	AS S3	TAS S1	TAS S2	TAS S3
K1 – Kualitas bawang tinggi	0.15	4	3	3	0.6	0.45	0.45
K2 – Lahan luas dan subur	0.1	3	2	4	0.3	0.2	0.4
K3 – SDM pengolahan terbatas	0.1	2	3	4	0.2	0.3	0.4
K4 – Akses teknologi rendah	0.1	2	4	3	0.2	0.4	0.3
P1 – Permintaan produk olahan naik	0.2	4	3	2	0.8	0.6	0.4
P2 – Bantuan dan pelatihan tersedia	0.15	3	3	4	0.45	0.45	0.6
A1 – Fluktuasi harga pasar	0.1	4	3	3	0.4	0.3	0.3
A2 – Persaingan antar daerah	0.1	3	4	3	0.3	0.4	0.3
<b>Total Skor</b>	<b>1</b>				<b>3.25</b>	<b>3.10</b>	<b>3.15</b>

### 3.3 Interpretasi Hasil QSPM

Hasil QSPM menunjukkan bahwa **S1** memiliki skor tertinggi (3.25), sehingga menjadi strategi prioritas. Strategi ini dinilai paling relevan karena memanfaatkan kekuatan kualitas bahan baku dan peluang permintaan pasar yang meningkat, sambil mengatasi kelemahan akses teknologi melalui modernisasi peralatan dan sertifikasi produk.

Strategi **S3** (skor 3.15) menjadi prioritas kedua, fokus pada diversifikasi produk seperti bawang goreng varian rasa dan olahan turunan, serta pemasaran digital untuk menjangkau pasar lebih luas. Strategi **S2** (skor 3.10) tetap penting untuk mendukung keberlanjutan usaha melalui kolaborasi dan kemitraan.

- |  |  |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Potensi pemasaran melalui <i>e-commerce</i> dan media sosial</li> <li>Potensi kerja sama dengan pelaku usaha kuliner lokal</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Perubahan selera konsumen dan tren kuliner</li> <li>Regulasi dan persyaratan perizinan usaha pangang</li> </ul> |
|--|--|

Hasil analisis menunjukkan bahwa UMKM “Emas Merah” memiliki kekuatan utama berupa kualitas bahan baku unggul dan ketersedianya yang berkelanjutan, didukung oleh cita rasa khas yang sudah disukai pasar. Namun, kelemahan signifikan terdapat pada aspek kemasan, sertifikasi produk, dan minimnya pemanfaatan teknologi digital. Peluang terbesar berasal dari meningkatnya permintaan pasar dan dukungan pemerintah, sementara ancaman utama berasal dari fluktuasi harga bahan baku dan persaingan dengan daerah lain.

### 3.2 Hasil Analisis QSPM

Berdasarkan hasil identifikasi SWOT, disusun *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM) untuk menentukan strategi prioritas pengembangan UMKM. Setiap faktor strategis diberi bobot, nilai daya tarik (*Attractiveness Score/AS*), dan total daya tarik (*Total Attractiveness Score/TAS*).

### 3.3 Interpretasi Hasil QSPM

Penerapan QSPM pada UMKM Bawang Goreng Emas Merah membawa beberapa implikasi, diantaranya:

- Menentukan strategi prioritas secara objektif dan terukur.
- Mengurangi risiko kegagalan strategi karena berbasis pada evaluasi kuantitatif faktor internal-eksternal.
- Mendorong kolaborasi antarpetani dan pelaku usaha dalam merumuskan tujuan bersama.
- Mendukung perencanaan jangka menengah yang lebih terstruktur, yang dapat digunakan

sebagai bahan presentasi kepada pemerintah, koperasi, maupun investor.

Secara menyeluruh, hasil ini menunjukkan bahwa QSPM bukan hanya membantu pemilihan strategi, tetapi juga menjadi alat komunikasi strategis antarpemangku kepentingan untuk pengembangan UMKM berbasis potensi lokal (Prahesti et al., 2024). Selain itu, QSPM juga berperan sebagai sarana komunikasi strategis karena mampu menyajikan dasar perhitungan yang transparan dan terukur, sehingga setiap pemangku kepentingan dapat memahami alasan pemilihan strategi.

Dengan demikian, QSPM mendorong terciptanya kesepahaman dalam merumuskan langkah pengembangan UMKM yang selaras dengan potensi lokal. Pada UMKM Bawang Goreng *Emas Merah* ini maka adanya bantuan pelatihan untuk pembinaan UMKM perlu dijaga intensitasnya, serta adanya kualitas bawang merah yang memang tinggi sangat membantu dapat menjadi senjata andalan dalam pemasaran produk.

#### 4. Kesimpulan dan Saran

Pengabdian kepada masyarakat di Desa Klimo telah mencapai tujuan untuk membantu UMKM Bawang Goreng Emas Merah dalam merumuskan strategi pengembangan usaha berbasis potensi lokal. Penerapan metode QSPM memberikan panduan yang terukur dalam menentukan strategi prioritas, sehingga keputusan usaha lebih objektif, adaptif, dan sesuai kapasitas yang dimiliki. Kegiatan ini juga memperkuat koordinasi antara pelaku UMKM dan petani bawang merah, yang pada akhirnya meningkatkan peluang keberlanjutan usaha dan daya saing produk.

Pendampingan selanjutnya disarankan untuk diterapkan pada berbagai jenis UMKM di sektor lain guna memperluas manfaat metode QSPM dan memperoleh perbandingan efektivitas strategi. Perlu dilakukan pemantauan faktor eksternal secara berkala, termasuk tren pasar, preferensi konsumen, dan kebijakan pemerintah, agar strategi yang dihasilkan tetap relevan. Dukungan dari pihak pemerintah, lembaga pelatihan, dan mitra usaha juga penting untuk memperkuat kapasitas produksi, inovasi produk, serta perluasan jaringan pemasaran.

#### 5. Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih diberikan kepada LPPM Universitas Bojonegoro yang telah mendukung pengabdian masyarakat ini dengan memfasilitasi sarana dan prasana pelaksanaan kegiatan. Ucapan terima kasih dapat juga disampaikan kepada pemerintah Desa Klimo kecamatan Sekar yang telah mendukung dengan berpartisipasi pada kegiatan ini.

#### 6. Daftar Rujukan

- Aryo, M., Suryo, R., & Fitria, S. (2024). Penerapan Metode Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) dalam Pengembangan Strategi Bisnis Minuman: Studi Kasus Kedai Minum Arah Coklat. In *Jurnal Dinamika Bisnis dan Kewirausahaan*, 1(1).
- Azzahra, Q., Wahyuningtyas, R., Firli, A., Magister, P., Pjj, M., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2024). Marketing Strategy Analysis Using SWOT And QSPM Matrix (Case Study On Guzzini Msms). *International Journal of Science*. <http://ijstm.inarah.co.id863>.
- Gusnawaty, M. Taufik, & R. Aka. (2025). Pendampingan Teknologi Budidaya Bawang Merah di Desa Watukalangkari Bombana. *Jurnal Karya Pengabdian*, 7(1), 76–84.
- Hafid Bahtiar, A., Arifin, M., Muhammin, M., Tinggi, S., Islam, A., & Probolinggo, M. (2022). Pengolahan Bawang Merah Goreng untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat di Desa Tegalrejo, 1(2).
- Handayani, S., Ariana, A., Nasution, A., Bagio, B., & Syauqi, T. M. (2024). PEMBERDAYAAN KELOMPOK TANI BAWANG MERAH DI DESA TANAH BARA, KECAMATAN GUNUNG MERIAH-ACEH SINGKIL. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 167–174. <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v5i1.3761>
- Iis Komariah. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Petani Dengan Memanfaatkan Bawang Yang Tidak Terjual Menjadi Produksi Usaha Bawang Goreng Aneka Rasa. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1).
- Iis Komariah, Anton Anton, Acep Rahmat, & Fiqra Muhamad Nazib. (2024). Pemberdayaan Masyarakat Petani Bawang Merah melalui Pengolahan Bawang yang Tidak Terjual Menjadi Bawang Goreng. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 216–223. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v4i1.2786>.
- Morreira, M., Hilman, M., & Aristriyana, E. (2024). *PENGAPLIKASIAN METODE QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) DALAM STRATEGI PEMASARAN UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) PABRIK TAHU 2*

*SAUDARA DI BANJARSARI KAB.  
CIAMIS, 01(02).*

Nuraini Rahmawati, Anita Asnawi, & Liling Listyawati. (2025). Analisis SWOT dan QSPM untuk Perumusan Strategi Pemasaran pada PT. Gerongan Surajaya. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 7(1).  
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v7i1.5665>

Prahesti, F. E., Indrawati, E. M., Agus suwardono, Manikta Puspitasari, M. D., Maulidina, M., & Hadi, S. (2024). Penguatan Bisnis UMKM Drens Bawang Goreng Melalui Inovasi Teknologi san Smart Packaging Untuk Meningkatkan Daya Saing di Sektor Ekonomi Kreatif. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 4(1), 86–96.  
<https://doi.org/10.29407/dimastara.v4i1.24290>.

Sandra, W., Suherman, S., Kusumanto, I., Nofirza, N., & Harpito, H. (2025). Strategi Pengembangan Usaha Menggunakan Metode Quantitative Strategic Planning Matrix pada UMKM Mokey. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 25(1), 822.  
<https://doi.org/10.33087/jubj.v25i1.5836>

Wahyudi, D., Fathuddin Noor, M., Abdillah, H., Sholehudin, M., Riski Nurdianto, D., Irfan Maulidi, M., Bawang merah dari Desa Brumbungan Lor, A., Gending, K., & Probolinggo, K. (2024). PENINGKATAN KUALITAS PRODUKSI BAWANG MERAH GORENG DENGAN APPROPRIATE TECHNOLOGY DI KABUPATEN PROBOLINGGO.