

LAPORAN AKHIR
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT INTERNAL DOSEN



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

Tim Pengusul:

Ir. Ardana Putri Farahdiansari, S.T., M.T.

Joko Hadi Susilo, S.E., M.E.

Dibiayai oleh:

Universitas Bojonegoro

Periode 2 Tahun Anggaran 2024/2025

UNIVERSITAS BOJONEGORO

2025

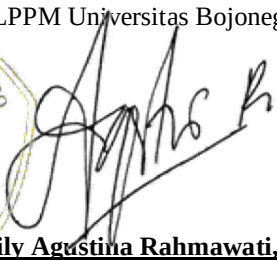
HALAMAN PENGESAHAN

PROPOSAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT PENDANAAN PERGURUAN TINGGI

1. **Judul Pengabdian** : Pengembangan Potensi Ekonomi Unggulan UMKM melalui Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)
2. **Ketua**
 - a. Nama Peneliti : Ir. Ardana Putri Farahdiansari, S.T., M.T.
 - b. NIDN : 0704118805
 - c. Program Studi : Teknik Industri
 - d. E-mail : putri.faradini@gmail.com
 - e. Bidang Keilmuan : Manajemen Rantai Pasok
3. **Anggota 1**
 - a. Nama (Dosen/ Mahasiswa) : Joko Hadi Susilo, S.E., M.E.
 - b. NIDN/NIM : 0707069204
 - c. Program Studi : Ekonomi Pembangunan
 - d. E-mail : jokohadisusilo924@gmail.com
 - e. Bidang Keilmuan : Ekonomi Pembangunan**Anggota 2**
 - a. Nama (Dosen/ Mahasiswa) : Putri Nur Fajrina
 - b. NIDN/NIM : 23262011045
 - c. Program Studi : Teknik Industri
 - d. E-mail : putrinur7@gmail.com
 - e. Bidang Keilmuan : Teknik Industri**Anggota 3**
 - a. Nama (Dosen/ Mahasiswa) : Syafiul Irfan Hakim
 - b. NIDN/NIM : 23262011056
 - c. Program Studi : Teknik Industri
 - d. E-mail : syafiul.iu@gmail.com
 - e. Bidang Keilmuan : Teknik Industri
4. Jangka Waktu Pengabdian : 6 bulan
6. Lokasi Pengabdian : Desa Klino, Kecamatan Sekar, Kabupaten Bojonegoro
7. Dana Diusulkan : Rp. 2.000.000

Mengetahui,

Ketua LPPM Universitas Bojonegoro



Dr. Laily Agustina Rahmawati, S.Si., M.Sc.
NIDN 07 2108 8601

Bojonegoro, 10 Juli 2025

Pengusul,



Ir. Ardana Putri Farahdiansari, S.T., M.T.
NIDN. 0704118805

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti sampaikan kepada Allah SWT, atas berkat Rahmat dan Hidayah-Nya, laporan pengabdian masyarakat ini dapat diselesaikan dengan baik. Laporan pengabdian masyarakat ini **Pengembangan Potensi Ekonomi Unggulan UMKM melalui Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)** yang merupakan hasil kegiatan pengabdian masyarakat di bidang rantai pasok swadaya pangan masyarakat

Terima kasih kami ucapkan kepada Dr. Arief Januarso, S.Sos., M.Si. (ketua Yayasan Suyitno Bojonegoro), Dr. Tri Astuti Handayani, S.H., M.M., M.Hum. (Rektor Universitas Bojonegoro) serta khususnya LPPM Universitas Bojonegoro yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini.

Selama penyusunan dan penulisan laporan dan pelaksanaan kegiatan ini kami banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak-pihak yang membantu menyelesaikan kegiatan ini.

Kami menyadari bahwa dalam penyusunan laporan ini masih banyak terdapat kekurangan dan keterbatasan, oleh karena itu kami memohon maaf atas ketidaksempurnaan ini karena sesungguhnya kesempurnaan hanyalah milik Allah SWT, serta kritik dan saran yang bersifat membangun sangat kami harapkan untuk perbaikan dan penyempurnaan laporan ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR	iv
INFORMASI KELAYAKAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT	v
ABSTRAK.....	vi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Isu dan Fokus Pengabdian.....	1
1.2 Lokasi Pendampingan	2
BAB II.....	4
SOLUSI PERMASALAHAN	4
2.1 Solusi Permasalahan Pendampingan	4
2.2 Riset Terdahulu dan Teori Yang Relevan	5
BAB III	8
METODE PELAKSANAAN	8
3.1 Teknik Pendampingan.....	8
3.2 Strategi yang Digunakan	9
3.3. Tahapan Kegiatan.....	10
BAB IV	13
KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI.....	13
BAB V.....	15
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	15
4.1 Hasil Pendampingan.....	15
4.2 Pembahasan	16
BAB VI	21
PENUTUP.....	21
5.1 Kesimpulan.....	21
5.2 Saran.....	21
DAFTAR PUSTAKA	22

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Matriks QSPM Bawang Goreng Emas Merah Desa Klino.....	16
Tabel 2 Analisis SWOT UMKM Bawang Goreng – Desa Klino	18

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Peta Desa Klino	2
Gambar 2 Suasana Pedesaan Desa Klino.....	3
Gambar 3 Analisis SWOT pada QSPM	4
Gambar 4 Survey dengan Mitra Petani Bawang Merah.....	10
Gambar 5 Diskusi dengan Kelompok Tani Wanita	11
Gambar 6 Bahan Baku Bawang Merah Berkualitas	15
Gambar 7 Hasil Panen Bawang Merah Desa Klino	16
Gambar 8 Diskusi dan Sharing Mengenai SWOT Produk Bawang Merah Goreng	17
Gambar 9 Produk Bawang Goreng Emas Merah	18

INFORMASI KELAYAKAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Judul : Pengembangan Potensi Ekonomi Unggulan
UMKM melalui *Quantitative Strategic Planning
Matrix* (QSPM)

Bidang Keilmuan : Ekonomi Kreatif

Nomor Kontrak :

Nama Ketua : Ir. Ardana Putri Farahdiansari, S.T., M.T.

NIDN Ketua : 0704118805

SINTA ID Ketua : 6731630

Nama Anggota 1 : Joko Hadi Susilo, S.E., M.E.

NIDN Anggota 1 : 0707069204

SINTA ID Anggota 1 : 6801105

Tahun Usulan : 2024

Tahun Pelaksanaan : 2024

Luaran Wajib

Alamat OJS : <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/martabe>

Nama OJS : Jurnal MARTABE - Universitas Muhammadiyah
Tapanuli Selatan

Volume dan Issue : Vol 08 No 05

ISSN : 2598-1218 (cetak) dan 2598-1226 (online)

Tahun Publikasi : 2025

Peringkat Akreditasi : Sinta 4

ABSTRAK

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengembangkan potensi ekonomi unggulan pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui penerapan metode Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). QSPM digunakan sebagai alat analisis strategis untuk menentukan prioritas strategi yang paling efektif berdasarkan faktor internal dan eksternal yang diperoleh melalui analisis SWOT. Studi ini dilakukan pada UMKM produk bawang goreng di Desa Klino, Kecamatan Sekar, Kabupaten Bojonegoro, yang memiliki potensi lokal kuat namun menghadapi berbagai tantangan dalam pemasaran dan pengelolaan usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan yang paling layak difokuskan pada peningkatan kualitas produk, pemanfaatan media digital, dan penguatan kemitraan dengan lembaga pendukung. Metode QSPM terbukti membantu pelaku UMKM secara objektif dalam memilih strategi yang sesuai dengan kondisi usaha mereka. Dengan demikian, pendekatan ini dapat menjadi model pendampingan yang aplikatif dan relevan untuk mendorong daya saing ekonomi lokal berbasis potensi desa.

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

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Isu dan Fokus Pengabdian

Desa Klino, yang terletak di Kecamatan Sekar, Kabupaten Bojonegoro, dikenal sebagai salah satu sentra produksi bawang merah unggulan. Terutama di Dusun Gayam, yang berada di dataran tinggi sekitar 500 meter di atas permukaan laut, bawang merah menjadi komoditas utama yang dikelola oleh sekitar 173 petani. Total produksi bawang merah dari desa ini mencapai kurang lebih 3.675 ton per tahun, dengan lahan yang ditanami seluas sekitar 306 hektare.

Musim tanam biasanya dimulai pada pertengahan tahun, seperti Juni hingga Juli, dan berlangsung hingga musim hujan. Panen raya umumnya terjadi pada bulan September hingga Oktober. Pada panen raya tahun 2023, sekitar 60% dari total lahan sudah dipanen. Namun, fluktuasi harga menjadi tantangan besar bagi para petani. Misalnya, pada Oktober 2023, harga bawang merah anjlok menjadi Rp6.000 hingga Rp8.000 per kilogram, jauh lebih rendah dibandingkan harga tahun sebelumnya yang mencapai Rp18.000/kg. Pada September 2023, harga sempat berada di kisaran Rp10.000/kg, juga mengalami penurunan dari musim sebelumnya yang sempat mencapai Rp20.000–30.000/kg.

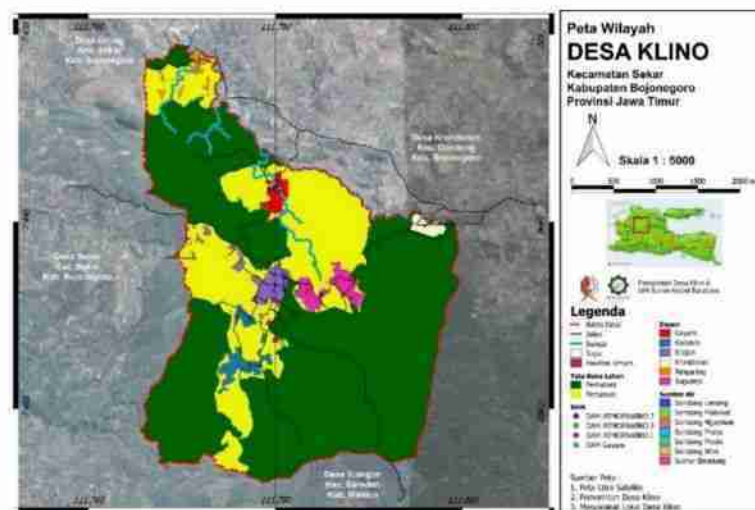
Salah satu varietas unggulan dari Desa Klino adalah bawang merah jenis “karet”, yang dikenal memiliki ukuran besar, aroma kuat, dan daya tahan tinggi. Pada tahun 2020, bawang jenis ini dihargai sekitar Rp12.000 hingga Rp15.000 per kilogram. Penurunan harga yang terjadi belakangan ini disebabkan oleh kelebihan pasokan, di mana hasil panen yang melimpah tidak diimbangi dengan permintaan pasar yang cukup.

Dengan produksi yang tinggi, penting bagi para petani untuk mempertimbangkan strategi distribusi dan pemasaran agar tidak mengalami kerugian karena harga jual yang rendah. Bagi pembeli atau pedagang grosir,

waktu terbaik untuk membeli bawang merah dari Desa Klino adalah saat panen raya, karena ketersediaan melimpah dan harga yang lebih terjangkau.

1.2 Lokasi Pendampingan

Desa Klino terletak di wilayah Kecamatan Sekar, yang berada di bagian selatan Kabupaten Bojonegoro, Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Secara geografis, desa ini berada di kawasan perbukitan yang berbatasan langsung dengan Kabupaten Ponorogo di sisi selatan. Akses menuju Desa Klino dapat ditempuh melalui jalan darat dari pusat Kecamatan Sekar, dengan kondisi jalan yang menanjak dan melewati perbukitan. Letaknya yang cukup terpencil menjadikan desa ini memiliki alam yang masih asri dan potensi wisata alam yang tinggi.



Gambar 1 Peta Desa Klino

Secara geografis dan administrative, batas-batas wilayah desa Klino adalah:

Selatan : Desa Klangon Kab. Madiun

Barat : Desa Sekar

Utara : Desa Krondonan dan Desa Deling

Timur : Desa Krondonan

Secara infrastruktur, akses menuju Desa Klino cukup baik dan bisa ditempuh dari pusat Kota Bojonegoro melalui jalur Dander–Temayang–Gondang–Sekar sejauh ±49 km.

Di sektor pertanian, Klino merupakan penghasil **bawang merah unggulan**, dengan produksi tahunan mencapai lebih dari 3.600 ton dari lahan seluas 300 hektare. Selain itu, tanaman porang juga menjadi salah satu komoditas pertanian yang mulai dikembangkan oleh petani setempat. Untuk mendukung ekonomi lokal, para ibu rumah tangga yang tergabung dalam Kelompok Tani Wanita (KTW) mengolah hasil pertanian menjadi produk UMKM seperti bawang goreng "Emas Merah"



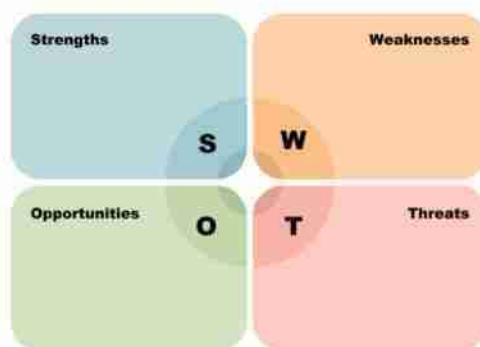
Gambar 2 Suasana Pedesaan Desa Klino

BAB II

SOLUSI PERMASALAHAN

2.1 Solusi Permasalahan Pendampingan

Permasalahan utama dalam pendampingan penerapan QSPM pada UMKM bawang goreng di Desa Klino sering kali berkaitan dengan keterbatasan pemahaman pelaku usaha terhadap konsep analisis strategi yang cukup kompleks. Untuk mengatasi hal ini, solusi yang efektif adalah mengadakan pelatihan yang disesuaikan dengan tingkat pengetahuan peserta, menggunakan metode pembelajaran partisipatif dan bahasa yang sederhana. Pendamping juga perlu memberikan contoh nyata dan studi kasus lokal agar materi lebih mudah dipahami dan relevan dengan kondisi usaha mereka. Penggunaan alat bantu visual seperti diagram SWOT dan matriks QSPM secara langsung dapat membantu memperjelas konsep dan meningkatkan keterlibatan peserta dalam proses pendampingan.



Gambar 3 Analisis SWOT pada QSPM

Selain itu, solusi lain yang penting adalah melakukan pendampingan secara berkelanjutan dengan pendekatan coaching yang personal dan fleksibel. Pendamping harus aktif mendampingi UMKM dalam setiap tahapan, mulai dari identifikasi faktor strategis hingga pemilihan strategi yang tepat, sekaligus membantu mengatasi kendala yang muncul selama proses implementasi. Pendampingan kelompok yang melibatkan pelaku usaha lokal juga dapat memicu motivasi dan berbagi pengalaman antar anggota, sehingga tercipta jejaring yang

mendukung keberlangsungan usaha. Dengan demikian, pendampingan QSPM tidak hanya menjadi proses belajar sesaat, tetapi juga menjadi fondasi pengambilan keputusan strategis yang kuat bagi UMKM bawang goreng Desa Klino.

2.2 Riset Terdahulu dan Teori Yang Relevan

Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) adalah alat analisis manajemen strategis yang digunakan untuk mengevaluasi alternatif-alternatif strategi secara objektif dan kuantitatif berdasarkan faktor internal dan eksternal utama suatu organisasi. Tujuan utama QSPM adalah membantu pengambil keputusan memilih strategi terbaik di antara beberapa alternatif yang telah diidentifikasi sebelumnya, seperti melalui analisis SWOT, matriks IE, atau matriks TOWS.

Langkah-langkah dalam menyusun QSPM adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi Faktor Strategis

Gunakan hasil dari Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE) dan Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE) untuk mendapatkan daftar faktor-faktor kunci internal dan eksternal.

2. Tentukan Alternatif Strategi

Alternatif biasanya diperoleh dari matriks SWOT, TOWS, atau SPACE.

3. Berikan Bobot (Weight)

Setiap faktor diberi bobot sesuai tingkat kepentingannya (0.0–1.0), total semua bobot = 1.0.

4. Tentukan Skor Daya Tarik (Attractiveness Score / AS)

Skor AS (1–4) diberikan untuk menunjukkan seberapa menarik suatu strategi dalam merespons faktor tersebut:

- 1 = Tidak menarik
- 2 = Cukup menarik
- 3 = Menarik
- 4 = Sangat menarik
- (Skor hanya diberikan jika strategi memengaruhi faktor tersebut)

5. Hitung Total Daya Tarik (TAS)

$$TAS = \text{Bobot} \times \text{Skor AS}$$

Jumlahkan TAS untuk masing-masing strategi.

6. Bandingkan Strategi

Strategi dengan nilai TAS total tertinggi dianggap paling sesuai dan layak dipilih.

Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) merupakan alat analisis yang digunakan untuk menentukan strategi terbaik berdasarkan faktor-faktor internal dan eksternal yang telah diidentifikasi melalui analisis SWOT. QSPM membantu dalam menilai daya tarik relatif dari setiap strategi yang mungkin dengan memberikan bobot dan skor daya tarik (Attractiveness Scores) sehingga pengambilan keputusan dapat dilakukan secara objektif dan terukur (David, 2017). Dengan demikian, QSPM dapat meminimalisir subjektivitas dan memudahkan para pelaku usaha dalam menentukan langkah strategis yang paling efektif.

Berbagai studi telah menunjukkan bahwa penerapan QSPM efektif dalam membantu usaha kecil dan menengah (UKM) dalam merumuskan strategi bisnis yang tepat. Misalnya, Ardana Putri Farahdiansari (2020) dalam penelitiannya tentang pengembangan UMKM mengungkapkan bahwa QSPM memungkinkan pelaku usaha untuk mengintegrasikan faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman secara kuantitatif, sehingga hasil analisis lebih sistematis dan dapat dipertanggungjawabkan. Selain itu, penggunaan QSPM dalam konteks produk olahan berbasis sumber daya lokal, seperti bawang goreng, dapat meningkatkan daya saing produk di pasar lokal maupun nasional.

Artikel yang ditulis oleh Ardana Putri Farahdiansari berjudul "Perancangan Strategi Pemasaran UMKM Lumintu dengan Pendekatan Metode SWOT dan Metode Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)" dipublikasikan dalam *Jurnal Sistem dan Teknik Industri* pada tahun 2023. Penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi pemasaran bagi UMKM

Lumintu, yang bergerak di bidang produksi *balung kuwuk* dan keripik pisang, dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT dan metode QSPM. Melalui analisis SWOT, diidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi penjualan produk UMKM tersebut. Selanjutnya, metode QSPM digunakan untuk mengevaluasi dan memilih strategi pemasaran yang paling efektif berdasarkan bobot dan skor daya tarik dari setiap faktor yang telah diidentifikasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang paling tepat bagi UMKM Lumintu adalah strategi "Grow and Build", yang tercermin pada kuadran 4 dari hasil analisis QSPM, dengan skor total matriks IFE sebesar 3,11 dan matriks EFE sebesar 2,93.

Penelitian tersebut memberikan kontribusi penting dalam pengembangan UMKM, khususnya dalam merancang strategi pemasaran yang efektif dan berbasis data. Dengan menggunakan metode QSPM, UMKM dapat secara objektif menentukan strategi yang paling sesuai dengan kondisi internal dan eksternal yang dihadapi, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka. Pendekatan ini juga dapat diadaptasi dan diterapkan pada UMKM lain yang menghadapi tantangan serupa, sebagai referensi dalam merancang strategi bisnis yang lebih terarah dan terukur.

Penggunaan QSPM juga berperan penting dalam mendukung pengambilan keputusan strategis yang berkelanjutan bagi UMKM, khususnya dalam menghadapi tantangan pasar dan dinamika bisnis yang cepat berubah. Dengan metode ini, UMKM dapat mengidentifikasi strategi prioritas yang tidak hanya mengoptimalkan kekuatan dan peluang tetapi juga meminimalkan kelemahan dan ancaman yang ada (Wheelen & Hunger, 2018). Oleh karena itu, QSPM sangat relevan diterapkan dalam pengembangan UMKM bawang goreng di Desa Klino guna meningkatkan kualitas produk dan memperluas pangsa pasar.

BAB III

METODE PELAKSANAAN

3.1 Teknik Pendampingan

Untuk mendampingi UMKM bawang goreng agar bisa menerapkan QSPM secara efektif, dibutuhkan teknik pendampingan yang praktis, partisipatif, dan berbasis kebutuhan lokal. Bagi masyarakat desa karena beberapa alasan utama, maka teknik ini amat diperlukan.

- a. Pertama, masyarakat desa biasanya memiliki tingkat pendidikan dan pengalaman teknologi yang beragam, sehingga pendekatan yang sederhana dan langsung dapat memudahkan pemahaman dan penerapan.
- b. Kedua, dengan melibatkan masyarakat secara aktif (partisipatif), pendampingan menjadi lebih relevan dan sesuai kondisi nyata, sehingga mereka merasa memiliki dan bertanggung jawab atas hasilnya.
- c. Ketiga, setiap desa memiliki karakteristik unik—baik dari segi budaya, sumber daya, maupun tantangan—maka pendampingan yang mengacu pada kebutuhan lokal dapat memberikan solusi yang tepat sasaran dan berkelanjutan. Dengan begitu, perubahan yang dihasilkan lebih efektif dan berdampak positif jangka panjang bagi kesejahteraan masyarakat desa.

Dengan alasan tersebut, maka dipilih teknik pendampingan sebagai berikut:

1. Pelatihan Partisipatif (*Participatory Training*)

- Tujuan: Memperkenalkan konsep QSPM secara sederhana dan aplikatif.
- Metode: Diskusi kelompok, studi kasus lokal, dan simulasi matriks QSPM.

2. Pendampingan Teknis Bertahap (*Step-by-Step Coaching*)

- Tujuan: Membantu UMKM menyusun faktor SWOT dan menerjemahkannya ke dalam QSPM.
- Metode: Pendamping bekerja bersama UMKM satu per satu (atau kelompok kecil), mulai dari identifikasi masalah, menentukan strategi, hingga menghitung skor QSPM.

3.2 Strategi yang Digunakan

Dalam pemberian pendampingan, berikut ini adalah acuan yang digunakan:

I. Penentuan tujuan dan sasaran

- **Tujuan Modul:** Membantu pendamping dan pelaku UMKM di Desa Klino dalam menerapkan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) untuk memilih strategi pengembangan usaha yang paling tepat.
- **Sasaran:** UMKM pengolah bawang merah menjadi bawang goreng, terutama pelaku usaha kecil yang ingin meningkatkan skala, mutu, dan pemasaran produk.

II. Pemaparan Materi Inti

A. Pengantar QSPM

- QSPM adalah alat bantu untuk memilih strategi terbaik secara objektif
- Berdasarkan analisis SWOT: Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman
- Menilai daya tarik setiap strategi dengan skor 1–4

B. Langkah-Langkah Penerapan

1. **Identifikasi Faktor Strategis (SWOT)**
 - Diskusikan kekuatan dan kelemahan internal UMKM
 - Petakan peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal
2. **Tentukan Alternatif Strategi** Contoh strategi:
 - Penguatan kemasan dan branding
 - Penambahan varian produk (e.g. bawang balado)
 - Pemasaran digital lewat media sosial dan marketplace
 - Kolaborasi dengan koperasi
3. **Beri Bobot pada Faktor SWOT**
 - Skala 0.0–1.0, total bobot = 1.0
 - Diskusikan pentingnya setiap faktor
4. **Tentukan Skor Daya Tarik (AS)**
 - 1 = Tidak menarik
 - 2 = Cukup
 - 3 = Menarik

- 4 = Sangat menarik
- 5. **Hitung TAS (Total Attractiveness Score)**
 - $TAS = \text{Bobot} \times \text{Skor AS}$
 - Jumlahkan TAS tiap strategi
- 6. **Pilih Strategi Terbaik**
 - Strategi dengan TAS tertinggi dianggap paling layak

3.3. Tahapan Kegiatan

Tahapan kegiatan pada pelaksanaannya adalah sebagai berikut:

1. Persiapan Awal

- Identifikasi peserta: Pilih anggota kelompok dari pelaku UMKM, petani, atau masyarakat terkait.
- Siapkan materi dan alat bantu: Kertas, spidol, sticky notes, papan tulis, dan alat tulis.



Gambar 4 Survey dengan Mitra Petani Bawang Merah

2. Pelaksanaan Diskusi Kelompok SWOT

- Penjelasan singkat tentang SWOT: Jelaskan makna Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman dengan bahasa sederhana.
- Brainstorming faktor internal dan eksternal: Ajak peserta menuliskan ide-ide terkait kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman UMKM bawang goreng mereka.

- Klasifikasi dan diskusi: Kelompokkan hasil brainstorming, diskusikan bersama mana yang paling penting.
- Prioritaskan faktor: Tentukan faktor utama yang jadi fokus untuk strategi.



Gambar 5 Diskusi dengan Kelompok Tani Wanita

3. Simulasi Penyusunan QSPM

- Memperkenalkan konsep QSPM: Jelaskan bagaimana SWOT digunakan untuk memilih strategi terbaik.
- Buat alternatif strategi: Bersama peserta, rumuskan beberapa strategi pengembangan usaha (contoh: pemasaran digital, peningkatan kualitas kemasan, kolaborasi koperasi).
- Beri bobot pada faktor SWOT: Diskusikan dan tentukan bobot setiap faktor SWOT berdasarkan pentingnya.
- Beri skor daya tarik strategi: Nilai setiap strategi terhadap faktor-faktor SWOT menggunakan skala 1–4.
- Hitung Total Attractiveness Score (TAS): Bantu peserta menghitung dan menjumlahkan skor.
- Pilih strategi terbaik: Diskusikan hasil dan pilih strategi yang memiliki skor tertinggi.

4. Studi Kasus UMKM Lokal

- Analisis bersama: Bahas SWOT dan QSPM yang sudah pernah diterapkan UMKM tersebut.

- Diskusi pembelajaran: Tanyakan apa yang berhasil dan tantangan yang dihadapi.
- Aplikasikan pelajaran ke UMKM peserta: Ajak peserta membuat rencana strategi usaha mereka sendiri berdasarkan kasus tersebut.

5. Penutup dan Evaluasi

- Ringkasan hasil diskusi dan simulasi: Buat rangkuman poin-poin penting yang disepakati.
- Tanya jawab dan umpan balik: Berikan kesempatan peserta mengajukan pertanyaan dan memberi masukan.
- Rencana tindak lanjut: Tentukan langkah selanjutnya untuk implementasi strategi dan pendampingan lanjutan.

BAB IV

KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Bojonegoro memiliki rekam jejak yang kuat dalam pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat di berbagai sektor, khususnya di wilayah Bojonegoro dan sekitarnya. LPPM telah secara aktif melibatkan dosen dan mahasiswa lintas program studi dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat berbasis riset, termasuk pendampingan UMKM, pelatihan kewirausahaan, serta penerapan teknologi tepat guna. Hal ini menunjukkan kesiapan sumber daya manusia dan kelembagaan dalam mendesain serta mengeksekusi program-program yang bersifat aplikatif dan berkelanjutan.

Selain itu, Universitas Bojonegoro juga memiliki hubungan kemitraan yang baik dengan pemerintah daerah, desa, serta pelaku usaha lokal, termasuk UMKM. Jaringan ini memperkuat daya jangkau dan efektivitas kegiatan pengabdian di lapangan. Ditunjang oleh dosen-dosen dengan kompetensi sesuai bidangnya—seperti manajemen, pertanian, ekonomi, dan teknik—pengabdian yang dilakukan oleh Universitas Bojonegoro melalui LPPM memiliki dasar akademik yang kuat serta pendekatan yang berbasis kebutuhan lokal. Oleh karena itu, LPPM Universitas Bojonegoro layak dan mampu untuk melaksanakan kegiatan pengabdian yang berdampak langsung terhadap peningkatan kapasitas dan kemandirian masyarakat, khususnya dalam konteks pengembangan UMKM seperti industri bawang goreng Desa Klino.

Pengabdian masyarakat di Desa Klino juga ditunjang keehadiran KKN-TK Universitas Bojonegoro (Unigoro) yang telah melaksanakan beberapa kegiatan seperti pelatihan digital marketing dan content planning untuk para pelaku UMKM Desa Klino. Pelatihan ini menghadirkan narasumber dari East Java Super Corridor (EJSC) Bojonegoro, untuk membantu warga memanfaatkan media sosial dan platform online dalam mengembangkan usaha (produk UMKM hingga agrowisata) serta Lomba Konten Video "*Srawung Ing Klino*"

sebagai upaya mempromosikan potensi desa, mahasiswa mengadakan lomba video kreatif bertema "Srawung Ing Klino". Lomba ini ditujukan kepada warga Klino untuk membuat video berdurasi 2–3 menit yang menampilkan keindahan alam, kebun durian, pertanian bawang, dan daya tarik wisata desa lainnya. Program ini bukan sekadar kegiatan KKN biasa, tetapi dirancang sebagai upaya membentuk ekosistem agribisnis dan agrowisata berbasis Geopark di Desa Klino. Mahasiswa difokuskan untuk berperan sebagai agen perubahan yang mendorong digitalisasi, pengelolaan potensi lokal, serta penguatan branding desa .

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Pendampingan

Suasana pendampingan yang tepat untuk UMKM, terutama di desa seperti Klino, adalah yang terbuka, nyaman, dan penuh rasa saling menghargai. Semua peserta, dari yang berpengalaman sampai pemula, dilibatkan aktif sehingga tidak ada yang merasa diabaikan. Diskusi berjalan dinamis, penuh energi, dengan fasilitator yang menjaga agar setiap orang dapat giliran berbicara

Untuk hasil pembuatan QSPM KTW Bawang Goreng Emas Merah adalah sebagai berikut:

Langkah 1: Faktor Internal & Eksternal

Faktor Internal (Kekuatan & Kelemahan):

1. K1 – Kualitas bawang merah tinggi (varietas “karet”)
2. K2 – Lahan pertanian luas & subur
3. K3 – SDM terbatas dalam pengolahan pascapanen
4. K4 – Akses teknologi rendah (digitalisasi, mesin)



Gambar 6 Bahan Baku Bawang Merah Berkualitas

Faktor Eksternal (Peluang & Ancaman):

1. P1 – Permintaan produk olahan meningkat
2. P2 – Dukungan pemerintah (pelatihan, bantuan alat)
3. A1 – Fluktuasi harga pasar

4. A2 – Persaingan antar daerah produsen bawang

Langkah 2: Alternatif Strategi

- S1: Pengolahan hasil (bawang goreng, pasta, bawang beku)
- S2: Peningkatan pemasaran digital & distribusi ke luar daerah
- S3: Pembentukan koperasi tani & penjadwalan tanam

Langkah 3: Pembuatan Matriks QSPM

Tabel 1 Matriks QSPM Bawang Goreng Emas Merah Desa Klino

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 & 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 & 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
Total Skor	1				3.25	3.1	3.15

4.2 Pembahasan



Gambar 7 Hasil Panen Bawang Merah Desa Klino

Adanya penerapan QSPM di UMKM Desa Klino khususnya KTW Bawang Goreng Emas Merah adalah:

1. Membantu Menentukan Strategi Prioritas

QSPM memungkinkan UMKM memilih strategi terbaik dari beberapa opsi seperti:

- Diversifikasi pasar (misalnya menjual ke luar daerah),
- Pengolahan hasil (misalnya produksi bawang goreng kemasan),
- Peningkatan sistem distribusi,

Dengan membandingkan semua alternatif secara kuantitatif, pelaku UMKM bisa tahu mana yang paling menguntungkan dan sesuai kapasitas.

2. Menjadikan Keputusan Lebih Objektif

UMKM biasanya mengambil keputusan berdasarkan intuisi atau kebiasaan. QSPM memberikan pendekatan yang terstruktur dan berbasis data, sehingga keputusan tidak semata-mata didasarkan pada asumsi, tapi dari hasil analisis faktor internal (misalnya modal, tenaga kerja) dan eksternal (misalnya harga pasar, kompetitor).



Gambar 8 Diskusi dan Sharing Mengenai SWOT Produk Bawang Merah Goreng

3. Mengurangi Risiko Strategi yang Gagal

Dengan QSPM, strategi yang dipilih telah melewati proses penilaian berdasarkan daya tarik relatif terhadap kondisi aktual. Ini membantu UMKM menghindari langkah yang tampak menarik, tapi sebenarnya tidak sesuai dengan kekuatan internal mereka.

4. Mendorong Kolaborasi antar Petani

Melalui diskusi untuk menyusun QSPM, petani dan pelaku UMKM bisa duduk bersama untuk:

- Mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan bersama,
- Merumuskan tujuan kolektif,
- Dan menyepakati langkah strategis bersama, seperti membentuk koperasi atau sistem penjadwalan tanam agar panen tidak menumpuk.

5. Mendukung Perencanaan Bisnis Jangka Menengah

Dengan hasil QSPM, UMKM bisa menyusun rencana usaha tahunan atau musiman yang:

- Lebih terukur,
- Berdasarkan prioritas,
- Dan dapat digunakan untuk presentasi ke pemerintah desa, koperasi, atau calon investor/lenders.



Gambar 9 Produk Bawang Goreng Emas Merah

Sedangkan berdasarkan analisa bersama, maka analisis SWOT yang dapat diambil berdasarkan kondisi geografis, potensi lokal, dan tantangan nyata yang dihadapi petani bawang merah adalah sebagai berikut:

Tabel 2 Analisis SWOT UMKM Bawang Goreng – Desa Klino

Strengths (Kekuatan)	
1. Kualitas bahan baku unggul	Bawang merah varietas "karet" dari Klino dikenal berukuran besar, aromatik, dan tidak mudah busuk – sangat cocok untuk bahan baku

bawang goreng premium. Ketersediaan bahan baku berlimpah Produksi bawang merah di Klino sangat tinggi (± 3.600 ton/tahun), memastikan pasokan stabil sepanjang musim. Letak geografis di dataran tinggi Lingkungan alami mendukung pertanian organik dan citra produk “alami dari pegunungan”. Pengalaman bertani turun-temurun Petani memiliki pengetahuan lokal yang kuat soal karakteristik tanah dan varietas bawang.
Weaknesses (Kelemahan)
Minimnya teknologi pengolahan Banyak pelaku UMKM belum memiliki peralatan modern seperti spinner (peniris minyak), mesin pengemas, atau penggorengan vakum. Kurangnya SDM terlatih di bidang bisnis/pemasaran Sebagian besar tenaga kerja fokus di pertanian, belum banyak yang menguasai manajemen usaha, branding, dan digital marketing. Kapasitas produksi terbatas UMKM hanya mampu produksi dalam skala kecil tanpa standardisasi kualitas dan higienitas. Kemasan belum menarik & belum berstandar pasar ritel Produk bawang goreng umumnya dijual dalam plastik polos, tanpa label, izin PIRT, atau desain kemasan yang profesional.
Opportunities (Peluang)
Permintaan tinggi terhadap produk bawang goreng siap saji Bawang goreng adalah pelengkap wajib di banyak masakan Indonesia dan diminati oleh rumah tangga hingga restoran. Dukungan dari pemerintah daerah & dinas koperasi/UMKM Ada program pelatihan, bantuan alat, dan fasilitasi sertifikasi PIRT/Halal untuk UMKM. Potensi penjualan lewat e-commerce dan marketplace lokal Produk khas desa dengan narasi lokal sering diminati di Shopee, Tokopedia, hingga Instagram. Kemungkinan kerja sama dengan toko oleh-oleh dan warung makan Produk lokal yang dikemas baik berpotensi masuk pasar wisata dan ritel kecil menengah.
Threats (Ancaman)
Fluktuasi harga bahan baku saat bukan musim panen Harga bawang bisa naik drastis di luar musim, berdampak ke biaya

produksi.

2. **Persaingan dari produk bawang goreng pabrikan atau dari daerah lain**

Beberapa merk nasional sudah punya pasar luas dan produksi besar dengan harga lebih murah.

3. **Regulasi izin usaha & sertifikasi (PIRT, Halal, BPOM)**

UMKM yang tidak segera mengurus izin bisa sulit menembus pasar modern.

4. **Ketergantungan pada satu jenis produk (bawang goreng)**

Tanpa diversifikasi (contoh: sambal bawang, bawang balado), UMKM rawan kalah bersaing saat tren pasar berubah.

BAB VI PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berikut ini adalah kesimpulan kegiatan:

1. Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) bermanfaat bagi petani bawang merah dan UMKM bawang goreng sebagai alat bantu dalam menentukan strategi usaha yang paling tepat dan realistis. Dengan QSPM, mereka dapat membandingkan berbagai pilihan strategi secara objektif berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang mereka hadapi
2. QSPM juga membantu menghindari keputusan yang hanya didasarkan pada intuisi, dan lebih mengarah pada langkah yang terukur dan terarah.
3. Bagi UMKM bawang goreng, QSPM juga dapat digunakan untuk merancang strategi pengembangan produk, pemasaran, atau peningkatan kualitas produksi secara lebih efisien.
4. Secara keseluruhan, QSPM membantu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha berbasis potensi lokal..

5.2 Saran

Saran untuk pengembangan pendampingan adalah:

1. Pengabdian selanjutnya dapat memperluas cakupan dengan menerapkan metode QSPM pada berbagai jenis UMKM lain, agar dapat membandingkan efektivitas strategi di sektor yang berbeda dan mendapatkan gambaran yang lebih luas.
2. Sebaiknya dilakukan analisis lebih mendalam terhadap faktor lingkungan eksternal, seperti tren pasar, perilaku konsumen, dan kebijakan pemerintah, agar strategi yang dihasilkan lebih adaptif terhadap dinamika eksternal yang cepat berubah.

DAFTAR PUSTAKA

- David, F. R. (2017). *Strategic Management: Concepts and Cases*. Pearson Education.
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2018). *Strategic Management and Business Policy: Globalization, Innovation, and Sustainability*. Pearson.
- Ardana Putri Farahdiansari. (2020). "Pengembangan Strategi UMKM dengan Metode QSPM untuk Meningkatkan Daya Saing." *Jurnal Manajemen Bisnis*, 15(2), 45-56.
- Thompson, A. A., Strickland, A. J., & Gamble, J. E. (2019). *Crafting and Executing Strategy: The Quest for Competitive Advantage*. McGraw-Hill Education.
- Pearce, J. A., & Robinson, R. B. (2015). *Strategic Management: Formulation, Implementation, and Control*. McGraw-Hill.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2017). *Strategic Management: Concepts and Cases*. Cengage Learning.
- Nasution, M. N. (2016). *Manajemen Strategik*. Ghalia Indonesia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Suryana. (2014). *Kewirausahaan: Pedoman Praktis*. Salemba Empat.
- Rangkuti, F. (2013). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Hermawan, A. (2018). "Implementasi QSPM dalam Menentukan Strategi Pengembangan UMKM di Indonesia." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(1), 23-31.
- Fitriani, N. (2019). "Strategi Pemasaran Produk UMKM Menggunakan QSPM." *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2), 78-85.
- Wijaya, B. (2020). "Analisis SWOT dan QSPM pada Usaha Mikro Kecil Menengah di Sektor Agroindustri." *Jurnal Agribisnis*, 11(1), 34-42.
- Setiawan, H. (2017). "Pendampingan UMKM dalam Menggunakan Analisis Strategi QSPM di Desa." *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(3), 55-63.