

**ANALISIS KELAYAKAN USULAN STRATEGI
PENGEMBANGAN BISNIS TAHU SUPER PADANG**

TUGAS AKHIR

Oleh:
TRI NUGRAHA PRATAMA
2010933007



**DEPARTEMEN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2026**

**ANALISIS KELAYAKAN USULAN STRATEGI
PENGEMBANGAN BISNIS TAHU SUPER PADANG**

TUGAS AKHIR

*Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Sarjana pada Departemen Teknik
Industri Fakultas Teknik Universitas Andalas*

Oleh :
TRI NUGRAHA PRATAMA
2010933007

Pembimbing :
DR. AHMAD SYAFRUDDIN INDRAPRIYATNA, M.T.



**DEPARTEMEN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2026**

ABSTRAK

Industri Kecil Menengah (IKM) Tahu Super Padang merupakan salah satu produsen tahu di Kota Padang yang menghadapi tantangan berupa persaingan ketat dengan banyaknya produsen tahu lain, fluktuasi produksi, serta strategi promosi dan pemasaran yang belum optimal. Kondisi ini berdampak pada stagnasi penjualan dan keterbatasan jangkauan pasar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kelayakan usulan strategi pengembangan bisnis yang dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha IKM Tahu Super Padang.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dan kuantitatif melalui penyusunan Business Model Canvas (BMC) saat ini, analisis lingkungan internal dan eksternal menggunakan SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), penyusunan Matriks Internal Factor Evaluation (IFE) dan Matriks External Factor Evaluation (EFE), pemetaan posisi perusahaan pada Matriks Internal-External (IE), perumusan strategi melalui Matriks SWOT, serta penentuan prioritas strategi menggunakan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). Data diperoleh dari wawancara dengan pemilik usaha, kuesioner persepsi pelanggan, serta data sekunder produksi dan penjualan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa IKM Tahu Super memiliki kekuatan pada kualitas produk yang konsisten, harga terjangkau, dan hubungan baik dengan pelanggan. Kelemahan yang diidentifikasi meliputi promosi yang terbatas, saluran distribusi yang sempit, serta ketergantungan pada satu jenis produk. Peluang pengembangan mencakup peningkatan kapasitas produksi, perluasan area pemasaran, dan pemanfaatan teknologi digital, dengan ancaman utama berupa persaingan harga dan kualitas produk pesaing. Berdasarkan analisis QSPM, strategi yang dinilai layak diterapkan adalah digitalisasi pemasaran dan produk, diversifikasi produk, serta peningkatan kerja sama distribusi. Sementara itu, ekspansi skala produksi dan pengadaan outlet khusus perlu ditinjau ulang, sedangkan promosi offline berskala besar tanpa segmentasi dinilai tidak layak. Strategi yang layak kemudian dituangkan dalam BMC usulan sebagai panduan implementasi.

Kata Kunci: *Kanvas Model Bisnis, SWOT, Matriks IE, QSPM, Pengembangan Bisnis, Tahu*

ABSTRACT

IKM Tahu Super Padang is one of the tofu producers in Padang City facing challenges such as intense competition from numerous other tofu producers, fluctuating production volumes, and suboptimal promotion and marketing strategies. These conditions have resulted in stagnant sales and limited market reach. This research aims to analyze the feasibility of proposed business development strategies to enhance the competitiveness and sustainability of IKM Tahu Super Padang.

The research employed both qualitative and quantitative approaches by mapping the current Business Model Canvas (BMC), analyzing internal and external environments using the SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) framework, preparing the Internal Factor Evaluation (IFE) and External Factor Evaluation (EFE) matrices, positioning the company on the Internal-External (IE) Matrix, formulating strategies through the SWOT Matrix, and determining strategic priorities using the Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). Data were collected from interviews with the business owner, customer perception questionnaires, and secondary production and sales data

The results show that IKM Tahu Super's strengths lie in its consistent product quality, affordable pricing, and strong customer relationships. Weaknesses include limited promotion, narrow distribution channels, and dependence on a single product type. Opportunities for development include increasing production capacity, expanding marketing areas, and utilizing digital technology for promotion. Major threats come from competitors' pricing and product quality. Based on QSPM analysis, the prioritized strategies are increasing production capacity, maintaining strong supplier relationships, expanding distribution areas, and strengthening promotion through digital media. These strategies are then outlined in the proposed BMC as a guide for implementation.

This study recommends the application of intensive and integrative strategies to improve IKM Tahu Super's competitiveness, focusing on operational efficiency, expanding marketing networks, and promoting innovation. The implementation of these strategies is expected to drive sales growth and strengthen IKM Tahu Super's market position.

Keywords: Business Model Canvas, SWOT, IE Matrix, QSPM, Business Development, Tofu