

ANALISIS DETERMINAN STRATEGI BISNIS DAN IMPLIKASI TERHADAP PENGEMBANGAN BISNIS *LEAN CANVAS* DENGAN KONSEP *GE-MCKINSEY* DAN *BEST WORST METHOD*

(STUDI KASUS DI UMKM DAPUR MACHO)

Ahmad Dzaki

Abstrak

Adanya dampak Covid-19 banyak mempengaruhi UMKM di Indonesia. Salah satunya yaitu pada UMKM Dapur Macho yang merupakan UMKM dibidang kuliner dengan sebagian besar customer segmentnya dari kalangan ibu-ibu rumah tangga. Dampak yang dirasakan UMKM Dapur Macho dalam satu tahun terakhir yaitu adanya penurunan jumlah pelanggan dan tingkat penjualan sebesar 7% dari bulan juni 2021 sampai januari 2022. Pada penelitian ini dilakukan 4 tahapan, tahapan yang pertama melakukan analisis faktor internal dan eksternal berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan pemilik usaha. Kemudian tahapan yang kedua dilakukan analisis matriks GE (*General Electric*) – *Mckinsey* dengan penilaian bobot dan rating yang didapatkan dari para expert UMKM Dapur Macho yaitu CEO, Admin, dan Koki. Hasil analisis Matriks GE-Mckinsey didapatkan dari hasil total skor pada variabel *Competitive Strength* sebesar 3,317 dan variabel *Industry Attractiveness* sebesar 2,896 dengan posisi yang didapatkan berada di posisi *selectively/Manage for earnings*. Tahapan yang ketiga melakukan perhitungan dengan metode BWM (*Best Worst Method*) berdasarkan hasil survey perbandingan kriteria dengan jumlah responden sebanyak 88 responden. Hasil yang didapatkan pada perhitungan BWM yaitu nilai reliabilitas (Ksi) sebesar 0,089, kemudian kriteria yang terpilih yaitu “Adanya penawaran yang lebih menarik oleh kompetitor” dengan nilai bobot sebesar 0,323. Tahapan yang terakhir yaitu memberikan usulan strategi yaitu “Meningkatkan value produk dan mengembangkan konsep promosi dengan memanfaatkan platform digital”, kemudian strategi tersebut nantinya akan diaplikasikan kedalam beberapa elemen strategi yang ada di *Lean Canvas*.

Kata Kunci: UMKM, Kuliner, GE-Mckinsey, BWM, *Lean Canvas*.

**ANALYSIS OF DETERMINANTS OF BUSINESS STRATEGIES
AND IMPLICATIONS FOR LEAN CANVAS BUSINESS
DEVELOPMENT WITH THE CONCEPT OF GE-MCKINSEY
AND THE BEST WORST METHOD
(CASE STUDY IN UMKM DAPUR MACHO)**

Ahmad Dzaki

Abstract

The impact of Covid-19 has affected many UMKM in Indonesia. One of them is the Dapur Macho UMKM which is a UMKM in the culinary field with most of its customer segments from housewives. The impact felt by Dapur Macho UMKM in the last year is a decrease in the number of customers and sales levels by 7% from June 2021 to January 2022. In this study, 4 stages were carried out, the first stage was to analyze internal and external factors based on the results of interviews conducted with business owners. Then the second stage was carried out by analyzing the GE (General Electric) – Mckinsey matrix with weight and rating assessments obtained from Macho Kitchen UMKM experts, namely CEO, Admin, and Chef. The results of the GE-Mckinsey Matrix analysis were obtained from the total score results on the Competitive Strength variable of 3,317 and the Industry Attractiveness variable of 2,896 with the position obtained being in the selectively / Manage for earnings position. The third stage of the calculation was carried out using the BWM (Best Worst Method) method based on the results of a comparative survey of criteria with many respondents as many as 88 respondents. The results obtained in the BWM calculation are a reliability value (Ksi) of 0.089, then the selected criteria are "There is a more attractive offer by competitors" with a weight value of 0.323. The last stage is to provide a strategy proposal, namely "Increasing product value and developing promotional concepts by utilizing digital platforms", then the strategy will later be implied into several elements of the strategy in Lean Canvas.

Keywords: UMKM, Culinary, GE-Mckinsey, BWM, Lean Canvas.