

ABSTRAK

Persaingan bisnis *catering* adalah sesuatu yang hal tidak dihindari. Ketika persaingan terjadi, suatu industri harus menghadapi berbagai peluang dan ancaman yang berasal dari lingkungan internal maupun eksternal. Perusahaan juga perlu meminimalisir kelemahan serta memaksimalkan kekuatan yang dimiliki.

Penelitian bertujuan untuk memahami kondisi lingkungan eksternal dan internal, serta menemukan strategi bersaing yang tepat untuk MG Catering dalam menjalankan bisnisnya.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Sumber data primer diperoleh melalui studi literatur, buku, dan jurnal. Pengambilan sampel dilakukan metode *purposive sampling*, dengan melibatkan tujuh narasumber. Untuk validitas data, digunakan teknik triangulasi sumber. Analisis data menggunakan matriks IFE, EFE, IE, SWOT, dan QSPM, dari analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa skor Matriks EFE adalah 3.26 dan skor Matriks IFE adalah 3.33, yang menempatkan MG Catering dalam posisi matriks IE pada sel I, yaitu strategi tumbuh dan berkembang (*growth and build*). Dari analisis SWOT, MG Catering memiliki 6 alternatif strategi, terdiri dari 3 strategi penetrasi pasar dan 3 strategi pengembangan produk. Strategi prioritas yang dihasilkan dari evaluasi matriks QSPM adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk.

Rekomendasi strategi untuk MG Catering dalam menghadapi persaingan adalah dengan mempertahankan kualitas layanan dan harga agar tetap menjadi pilihan konsumen. Selain itu, MG Catering dapat membuat video profil perusahaan atau dokumentasi layanan untuk meningkatkan kepercayaan calon konsumen. Selain itu, strategi lain adalah menambah layanan, seperti *katering* untuk acara outdoor dan indoor, serta menawarkan berbagai menu pilihan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Kata Kunci: UMKM, BISNIS, IFE, EFE, SWOT dan QSPM