

ABSTRACT

*The development of businesses caused by the digital era that is currently underway has led to high competition among business people in Indonesia. One of these business actors is PT. Aeon Indonesia engaged in the supermarket and FnB industry. The magnitude of the potential for development in Indonesia can create both opportunities and threats to the company, so there must be a retail that is superior and an appropriate development strategy to develop a superior retail sushi product at PT. Indonesian Aeons. By implementing the SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) method to determine the superior retail sushi products and the right development strategy through the QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) method. Through the QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix) method, Product Development Intensive Strategy obtained a Total Attractive Score (TAS) of **14,023**. With this strategy, the company is expected to continue to develop its products or make products with new flavors and variants that are able to compete with its competitors so that it can attract more customer interest and achieve product sales targets so that the company can get bigger profits.*

Keywords: *PT. Aeon Indonesia, Sushi Products, FnB, SWOT, QSPM.*

ABSTRAK

Perkembangan usaha-usaha yang diakibatkan oleh era digital yang saat ini sedang berlangsung, menyebabkan tingginya persaingan-persaingan yang terjadi diantara para pelaku bisnis di Indonesia. Salah satu pelaku bisnis tersebut adalah PT. Aeon Indonesia yang bergerak pada industri supermarket dan FnB. Besarnya potensi pembangunan yang ada di Indonesia dapat menciptakan peluang maupun ancaman terhadap perusahaan maka, harus ada retail yang menjadi unggulan serta strategi pengembangan yang tepat untuk mengembangkan retail produk sushi unggulan di PT. Aeon Indonesia. Dengan melakukan metode SWOT (*Strenghts, Weaknesses, Opportunities, Threats*) untuk menentukan retail produk sushi unggulan dan strategi pengembangan yang tepat melalui metode QSPM (*Quantitative Stategic Planning Matriks*). Melalui metode QSPM (*Quantitative Stategic Planning Matriks*) Strategi Intensif Pengembangan Produk (*Product Development*) mendapatkan nilai *Total Attractive Score* (TAS) sebesar **14.023**. Dengan strategi tersebut perusahaan di harapkan dapat terus mengembangkan produknya atau membuat produk dengan rasa dan varian baru yang mampu bersaing dengan para pesaingnya sehingga bisa menarik lebih banyak minat customer dan mencapai target penjualan produk sehingga perusahaan bisa mendapatkan profit yang lebih besar.

Kata Kunci : PT. Aeon Indonesia, Produk Sushi, FnB, SWOT, QSPM.