

Strategi Pengembangan Bisnis UMKM Industri Makanan Tahu di Kota Bekasi dengan Metode Analisis SWOT

Ade Caswito¹; Sulastris²; Lia Nur Octavia³; Theresia M Napitupulu⁴; M. Hilal Baiquni Al Mahdi⁵

^{1,2,3,4,5}Program Studi S1 Kewirausahaan
ade_caswito@itpln.ac.id

ABSTRACT

The Indonesian government, through the Coordinating Ministry for Economic Affairs, has established a strong commitment to advancing the Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) sector through encouraging digital talent development and digitalization. The results of the analysis from MSME tofu food producers are about the strength of the quality of tofu products and local and long-distance raw materials. However, there are weaknesses in managing operational and marketing management that need to be addressed to increase efficiency and competitiveness. Strategic opportunities, such as product diversification and wider market penetration, are identified as potential steps for business growth. This research aims to formulate the development of MSME business strategies in increasing production capacity, investing in digital marketing, and training MSMEs in developing this tofu business through SWOT. The researcher's approach to this research is a qualitative approach. Data collection techniques through interviews, observation and documentation with the subjects of this research by managers and stakeholders..

Keywords: Business Development, Business strategy, AHP, Matrik SWOT

ABSTRAK

Pemerintah Indonesia, melalui Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, telah menetapkan komitmen yang kuat untuk memajukan sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) melalui pendorongan pengembangan talenta digital dan digitalisasi. Hasil analisis dari UMKM produsen makanan tahu ini yaitu tentang kekuatan pada kualitas produk tahu dan bahan baku lokal maupun interlokal. Namun, ada kelemahan dalam mengelola manajemen operasional dan pemasaran yang perlu diatasi untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing. Peluang strategis, seperti diversifikasi produk dan penetrasi pasar yang lebih luas, diidentifikasi sebagai langkah-langkah potensial untuk pertumbuhan bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan pengembangan strategi bisnis UMKM dalam meningkatkan kapasitas produksi, investasi dalam pemasaran digital, dan pelatihan UMKM dalam Pengembangan bisnis tahu ini melalui SWOT, pendekatan penelitian ini oleh peneliti yaitu pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan subjek penelitian ini oleh para pengelola dan stackholder.

Kata kunci: Pengembangan Bisnis, Strategi Bisnis, AHP, Matrik SWOT