

## ANALISIS SWOT DAN PELUANG PASAR UMKM TAHU TEMPE IBU EUIS DI DESA SODONG KECAMATAN TIGARAKSA

Lesna Purnawan<sup>1</sup>, Aries Setiawan<sup>2</sup>, Unes Juhaeni<sup>3</sup>, Jaka Slameta<sup>4</sup>, Aries Sundoro<sup>5</sup>,  
Bagus Dirgantoro<sup>6</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6</sup> Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tangerang Raya  
*e-mail*: lesnapurnawan@gmail.com

### Abstrak

Tahu Tempe adalah salah satu produk olahan kedelai yang populer karena kaya akan nutrisi dan harganya terjangkau. Biasanya tahu dan tempe dikonsumsi sebagai lauk pendamping makanan utama atau sebagai camilan. Proses pembuatan yang relatif sederhana serta harga yang ekonomis membuat tempe banyak diminati oleh konsumen. Saat ini, perkembangan industri tahu tempe sangat penting karena dapat meningkatkan pendapatan, kesejahteraan, dan menciptakan peluang kerja bagi masyarakat. Tujuan dari penelitian ini untuk mengkaji strategi pemasaran usaha industri tahu tempe secara komprehensif menggunakan analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data kualitatif, dari hasil wawancara dan observasi lapangan. Analisis SWOT membandingkan faktor internal, seperti kekuatan dan kelemahan, dengan faktor eksternal, seperti peluang dan ancaman. Faktor internal ditempatkan dalam matriks yang disebut Internal Strategic Factor Analysis Summary (IFAS), sedangkan faktor eksternal ditempatkan dalam matriks yang dikenal sebagai External Strategic Factor Analysis Summary (EFAS). Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam merancang strategi keunggulan bersaing yang optimal dan berkelanjutan bagi Pabrik Tahu Tempe Ibu Euis. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan wawasan berharga bagi para pemangku kepentingan, seperti pelaku UMKM, investor, dan pemerintah, dalam mendukung pertumbuhan dan perkembangan UMKM di Indonesia. Penelitian ini tergolong dalam kategori penelitian lapangan, di mana data dikumpulkan langsung di lokasi dengan menyelidiki berbagai masalah yang relevan. Penelitian ini dilakukan pada sektor UMKM, khususnya di pabrik tahu tempe. UMKM Tahu Tempe Ibu Euis di Desa Sodong, Kecamatan Tigaraksa, Kabupaten Tangerang. Metode pengumpulan data yang digunakan mencakup observasi, wawancara, dan dokumentasi, dengan wawancara sebagai instrumen utama.

**Kata Kunci** : SWOT, UMKM, Tahu Tempe

### Abstract

Tofu and Tempeh is a popular processed soybean product because it is rich in nutrients and affordable. Usually tofu and tempeh are consumed as side dishes to accompany main meals or as snacks. The relatively simple manufacturing process and economical price make tempeh much sought after by consumers. Currently, the development of the tofu and tempeh industry is very important because it can increase income, welfare and create job opportunities for the community. The aim of this research is to comprehensively examine the marketing strategy of the tofu and tempeh industry using SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) analysis. The data used in this research uses qualitative data, from the results of interviews and field observations. SWOT analysis compares internal factors, such as strengths and weaknesses, with external factors, such as opportunities and threats. Internal factors are placed in a matrix called the Internal Strategic Factor Analysis Summary (IFAS), while external factors are placed in a matrix known as the External Strategic Factor Analysis Summary (EFAS). This research is expected to provide a significant contribution in designing an optimal and sustainable competitive advantage strategy for the Ibu Euis Tofu and Tempe Factory. Apart from that, it is also hoped that the results of this research will be able to provide valuable insights for stakeholders, such as MSMEs, investors and the government, in supporting the growth and development of MSMEs in Indonesia. This research is classified as field research, where data is collected directly at the location by investigating various relevant problems. This research was conducted in the MSME sector, specifically at the tofu and tempeh factory. Mrs. Euis's Tofu and Tempe UMKM in Sodong Village, Tigaraksa District, Tangerang Regency. The data collection methods used include observation, interviews and documentation, with interviews as the main instrument.

**Keywords**: SWOT, MSMEs, Tofu and Tempeh

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, UMKM juga memainkan peran dalam distribusi hasil pembangunan dan menjadi penggerak utama kegiatan ekonomi nasional. Fokus pada pengembangan sektor UMKM memberikan dampak signifikan dalam upaya mengurangi angka kemiskinan suatu negara. Pertumbuhan dan kemajuan sektor UMKM sering dianggap sebagai salah satu indikator kesuksesan pembangunan, terutama di negara-negara dengan pendapatan per kapita yang rendah. Pabrik tahu tempe merupakan salah satu UMKM yang memiliki potensi besar, namun masih menghadapi berbagai tantangan dalam peningkatan kapasitas dan produksi. Dengan analisis yang tepat, diharapkan pabrik tahu tempe ini mampu mengatasi kendala tersebut dan memperkuat perannya dalam perekonomian lokal. Penelitian ini diharapkan dapat mengidentifikasi strategi yang efektif untuk pengembangan UMKM, terutama di sektor industri pangan tahu tempe. Penelitian ini menggunakan analisis SWOT, Terdapat dua aspek kajian, yaitu kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses), yang digunakan untuk menganalisis tingkat bisnis pada perusahaan individu. Sementara itu, peluang (opportunities) dan ancaman (threats) diterapkan pada tingkat industri yang akan dimasuki. Selain itu, kondisi makro ekonomi yang dapat mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan juga perlu diteliti secara mendalam.



Gambar 1. Peserta PKM Tahu Tempe Persiapan dilobby Kampus Utara menuju Lokasi

UMKM perlu meningkatkan kepekaan terhadap potensi produk yang mereka hasilkan, karena hal ini dapat memperbesar daya saing usaha dan meningkatkan pendapatan. Produk yang memiliki ciri khas memberikan nilai tambah yang signifikan bagi UMKM. Dalam perkembangannya, UMKM sebaiknya melakukan analisis SWOT terhadap usaha mereka untuk mengidentifikasi berbagai permasalahan yang dihadapi. Analisis ini juga dapat menjadi acuan untuk perbaikan di masa depan. UMKM Tahu dan Tempe milik Ibu Euis yang berlokasi di Desa Sodong Kecamatan Tigaraksa Kabupaten Tangerang.. Usaha ini telah dijalankan sejak tahun 2010. Meskipun sudah cukup lama, UMKM Tahu dan Tempe milik Ibu Euis tetap mampu bersaing dengan munculnya UKM Tahu dan Tempe baru. Berikut adalah tabel perkembangan UMKM Tahu dan Tempe milik Ibu Euis:



Gambar 2. Pemberian Piagam Cindramata untuk Pemilik Tahu Tempe Ibu Euis yang diwakili oleh putra beliau Bpk.Joni

Tabel 1. Distribusi Perkembangan UMKM Tahu dan Tempe milik Ibu Euis di Desa Sodong Kec.Tigarakasa Kab.Tangerang

No	Tahun Usaha	Jumlah karyawan	Produk UMKM	Produksi Kedelai/Hari
1	2010	1 orang	Tahu dan Tempe	20Kg
2	2011	3 orang	Tahu dan Tempe	30Kg
3	2012	5 orang	Tahu dan Tempe	40Kg
4	2013	7 orang	Tahu dan Tempe	55Kg
5	2014	7 orang	Tahu dan Tempe	65Kg
6	2015	7 orang	Tahu dan Tempe	80Kg
7	2016	7 orang	Tahu dan Tempe	85Kg
8	2017	8 orang	Tahu dan Tempe	90Kg
9	2018	8 orang	Tahu dan Tempe	100kg
10	2019	8 orang	Tahu dan Tempe	215kg
11	2020	5 orang	Tahu dan Tempe	275kg
12	2021	5 orang	Tahu dan Tempe	375kg
13	2022	6 orang	Tahu dan Tempe	395kg
14	2023	7 orang	Tahu dan Tempe	415kg
15	2024	8 orang	Tahu dan Tempe	450kg

Sumber: Dokumentasi UMKM Tahu dan Tempe Ibu Euis

Dari tabel di atas, terlihat bahwa meskipun sudah cukup lama beroperasi, UMKM ini terus menunjukkan perkembangan setiap tahunnya dan memiliki pelanggan tetap yang cukup banyak, terutama di wilayah Kabupaten Tangerang dan sekitarnya. Meskipun banyak pabrik tahu baru bermunculan di Kecamatan Tigaraksa, UMKM ini tetap konsisten dalam sistem produksinya sejak awal berdiri, yang menjadikannya menarik untuk diteliti lebih lanjut. Pertumbuhan UMKM ini juga terlihat dari peningkatan produksi yang awalnya hanya 20 kg menjadi 450 kg, serta jumlah tenaga kerja yang awalnya 1 orang kini telah berkembang menjadi sekitar 8 orang. UMKM Tahu dan Tempe milik Ibu Euis di Desa Sodong merupakan sektor usaha yang berperan penting dalam pembangunan ekonomi negara. Dengan pemberdayaan yang efektif, usaha ini dapat membantu mengatasi masalah utama saat ini, seperti kemiskinan, pengangguran, dan penyediaan lapangan kerja, sekaligus meningkatkan pendapatan keluarga. Sebagai bagian dari sektor pangan, usaha ini sangat penting karena pangan merupakan kebutuhan dasar yang esensial bagi kehidupan manusia, baik secara fisiologis maupun psikologis. Pengembangan sektor pangan ini dilakukan sebagai bagian dari upaya pembangunan lintas sektor untuk memenuhi kebutuhan masyarakat di wilayah Kabupaten Tangerang.

## METODE

Penelitian ini merupakan bagian dari kategori penelitian lapangan (field research), di mana data dikumpulkan langsung dari sumber di lapangan dengan tujuan menyelidiki berbagai masalah yang berkaitan dengan topik penelitian. Fokus penelitian ini adalah pada UMKM, khususnya pabrik tahu tempe yang berlokasi di Desa Sodong, Kecamatan Tigaraksa, Kabupaten Tangerang, Pengabdian Kepada Masyarakat dilaksanakan selama 2 hari, dimulai hari Sabtu tanggal 28 September 2024 hingga



<p>keberlanjutan.</p> <p>4. Mengoptimalkan jaringan pemasok bahan baku untuk mendapatkan harga yang lebih baik dan memastikan pasokan yang konsisten.</p> <p>5. Membangun kemitraan dengan bisnis lokal untuk meningkatkan jaringan distribusi dan memperkuat kehadiran pasar di wilayah lokal.</p>		<p>karyawan.</p> <p>4. teknologi untuk memperbarui alat dan proses produksi, agar tidak tertinggal dalam perkembangan industri.</p>
<p>1. Kompetisi yang intens di pasar yang dapat mempengaruhi pangsa pasar dan profitabilitas.</p> <p>2. Variasi harga bahan baku yang dapat mempengaruhi biaya produksi dan margin keuntungan.</p> <p>3. Tantangan dalam menjaga produksi yang berkelanjutan terkait dengan sumber daya dan proses.</p> <p>4. Kekurangan tenaga kerja dengan keterampilan yang memadai untuk memenuhi standar produksi dan operasional.</p>	<p><b>Srategi ST</b></p> <p>1. Upayakan agar harga tetap stabil sebagai strategi untuk menghadapi persaingan yang ketat di pasar.</p> <p>2. Pastikan kualitas produk tidak menurun meskipun menghadapi tantangan dan persaingan.</p> <p>3. Gunakan pendekatan ini untuk menghadapi persaingan pasar dengan cara meningkatkan volume penjualan meskipun margin keuntungan per unit mungkin kecil.</p>	<p><b>Strategi WT</b></p> <p>1. Tingkatkan upaya promosi, baik online maupun offline, dengan menonjolkan nilai jual produk sebagai strategi branding. Ini juga dapat menarik perhatian investor.</p> <p>2. Selenggarakan pelatihan untuk meningkatkan keterampilan karyawan dan memenuhi kebutuhan tenaga kerja yang terampil, guna mengatasi kekurangan keterampilan dan ancaman pasar.</p>

Sumber: Data Primer Tahun 2024



Gambar 4. Peserta PKM mengunjungi dan mengamati proses pembuatan tahu tempe UMKM Ibu Euis

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kecamatan Tigaraksa Kabupaten Tangerang dengan luas wilayah 5.279 hektar dengan jumlah penduduk 152.905 jiwa, usaha pembuatan tahu tempe Ibu Euis memiliki pangsa pasar yang cukup baik di wilayah Kecamatan Tigaraksa khususnya dan umumnya di wilayah Kabupaten Tangerang. UMKM Tahu Tempe Ibu Euis memiliki prospek yang cerah, hal ini dapat dilihat dari analisis menggunakan Matriks SWOT untuk Strategi Strengths-Opportunities (SO) melibatkan memanfaatkan kekuatan

internal UMKM serta memanfaatkan peluang eksternal. Berikut adalah cara untuk mengidentifikasi dan menerapkan strategi SO di Usaha UMKM Tahu Tempe Ibu Euis, yaitu :

**Kekuatan (Strengths):**

1. Diminati Banyak Orang: Produk yang populer di kalangan konsumen.
2. Harga Terjangkau: Penawaran harga yang bersaing dan menarik.
3. Bahan Baku Mudah Didapatkan: Ketersediaan bahan baku yang konsisten.
4. Kebersihan dan Keamanan Produk: Fokus pada standar kebersihan dan keamanan yang tinggi.
5. Lokasi yang Strategis: Lokasi pabrik yang memudahkan distribusi.

**Peluang (Opportunities):**

1. Perkembangan Teknologi: Kemajuan teknologi yang dapat digunakan untuk meningkatkan efisiensi.
2. Target Pasar Lebih Luas: Kesempatan untuk menjangkau pasar yang lebih luas.
3. Keberlanjutan Produksi: Penerapan praktik produksi yang berkelanjutan.
4. Rantai Pemasok Bahan Baku: Optimasi jaringan pemasok bahan baku.
5. Kemitraan Lokal: Potensi untuk membangun kemitraan dengan bisnis lokal.

**Strategi SO:**

1. Memanfaatkan Teknologi untuk Pemasaran:
  - o Kekuatan: Harga terjangkau, produk diminati banyak orang.
  - o Peluang: Perkembangan teknologi.
  - o Strategi: Gunakan teknologi terbaru untuk memperluas jangkauan pemasaran dan mempromosikan produk kepada audiens yang lebih luas. Ini dapat meningkatkan visibilitas produk dan menarik lebih banyak konsumen.
2. Membangun Koneksi dan Kemitraan:
  - o Kekuatan: Lokasi strategis, bahan baku mudah didapatkan.
  - o Peluang: Kemitraan lokal.
  - o Strategi: Bangun kemitraan dengan distributor dan bisnis lokal untuk memperluas jaringan distribusi dan memanfaatkan lokasi strategis. Kemitraan ini juga dapat membantu dalam pengelolaan rantai pasokan bahan baku.
3. Memastikan Kualitas dan Kuantitas Stok Bahan Baku:
  - o Kekuatan: Bahan baku mudah didapatkan, kebersihan dan keamanan produk.
  - o Peluang: Keberlanjutan produksi.
  - o Strategi: Jaga kualitas dan kuantitas bahan baku untuk memastikan produksi berkelanjutan. Ini akan mendukung upaya untuk memenuhi permintaan pasar yang lebih luas dan mempertahankan standar kualitas produk.

Dengan menerapkan strategi SO ini, Pabrik Tahu Tempe Ibu Euis dapat memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk meraih peluang yang ada, sehingga meningkatkan posisi kompetitif dan keberhasilan bisnis. Analisis Matriks SWOT untuk Strategi Weaknesses-Opportunities (WO) melibatkan memanfaatkan peluang eksternal untuk mengatasi kelemahan internal yang ada. Berikut adalah cara untuk menerapkan strategi WO pada Pabrik Tahu Tempe Ibu Euis:

**Kelemahan (Weaknesses):**

1. Rentan terhadap Variasi Harga Bahan Baku: Ketergantungan pada fluktuasi harga bahan baku.
2. Pengolahan yang Memerlukan Keahlian: Proses produksi memerlukan keterampilan khusus.
3. Promosi Belum Maksimal: Upaya promosi yang belum optimal.
4. Pengaruh Faktor Lingkungan dan Iklim: Sensitivitas terhadap perubahan lingkungan dan iklim.
5. Teknologi Produksi yang Tertinggal: Peralatan dan teknologi produksi yang ketinggalan zaman.

**Peluang (Opportunities):**

1. Perkembangan Teknologi: Kemajuan teknologi yang dapat meningkatkan efisiensi.
2. Target Pasar Lebih Luas: Kesempatan untuk menjangkau pasar yang lebih luas.
3. Keberlanjutan Produksi: Praktik produksi yang berkelanjutan.
4. Rantai Pemasok Bahan Baku: Optimasi jaringan pemasok bahan baku.
5. Kemitraan Lokal: Potensi untuk membangun kemitraan dengan bisnis lokal.

**Strategi WO:**

1. Memanfaatkan Teknologi untuk Informasi Pemasok:
  - o Kelemahan: Rentan terhadap variasi harga bahan baku.
  - o Peluang: Perkembangan teknologi.

- Strategi: Gunakan teknologi untuk mendapatkan informasi mengenai pemasok bahan baku yang lebih ekonomis. Ini dapat membantu mengurangi dampak fluktuasi harga bahan baku dengan menemukan opsi yang lebih terjangkau.
- 2. Meningkatkan Keterampilan Pekerja:
  - Kelemahan: Pengolahan yang memerlukan keahlian.
  - Peluang: Target pasar lebih luas, keberlanjutan produksi.
  - Strategi: Investasikan dalam pelatihan khusus bagi karyawan untuk meningkatkan keterampilan mereka, guna memperbaiki kualitas produksi dan memenuhi tuntutan pasar yang lebih luas.
- 3. Menciptakan Lingkungan Kerja yang Aman dan Nyaman:
  - Kelemahan: Promosi belum maksimal, pengaruh faktor lingkungan dan iklim.
  - Peluang: Kemitraan lokal.
  - Strategi: Ciptakan suasana kerja yang aman, nyaman, dan bersih. Ini tidak hanya akan meningkatkan produktivitas dan kepuasan pekerja tetapi juga dapat menjadi daya tarik bagi pelanggan dan mitra lokal.
- 4. Mengupgrade Teknologi Produksi:
  - Kelemahan: Teknologi produksi yang tertinggal.
  - Peluang: Perkembangan teknologi, keberlanjutan produksi.
  - Strategi: Manfaatkan teknologi terbaru untuk memperbarui alat dan proses produksi. Ini akan membantu meningkatkan efisiensi dan kualitas produk, serta mendukung praktik produksi yang berkelanjutan.

### **Pembahasan**

Dengan menerapkan strategi WO ini, Pabrik Tahu Tempe Ibu Euis dapat mengatasi kelemahan internalnya dengan memanfaatkan peluang eksternal yang ada, sehingga meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis. Analisis Matriks SWOT untuk Strategi Strengths-Threats (ST) berfokus pada memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk mengatasi ancaman atau tantangan eksternal. Berikut adalah cara untuk menerapkan strategi ST pada Pabrik Tahu Tempe Ibu Euis:

#### **Kekuatan (Strengths):**

1. Diminati Banyak Orang: Produk yang memiliki permintaan tinggi di pasar.
2. Harga Terjangkau: Penawaran harga yang bersaing.
3. Bahan Baku Mudah Didapatkan: Ketersediaan bahan baku yang stabil.
4. Kebersihan dan Keamanan Produk: Fokus pada standar kebersihan dan keamanan produk.
5. Lokasi yang Strategis: Lokasi pabrik yang menguntungkan untuk distribusi.

#### **Ancaman (Threats):**

1. Persaingan yang Ketat: Kompetisi tinggi di pasar.
2. Fluktuasi Harga Bahan Baku: Variasi harga bahan baku yang dapat mempengaruhi biaya produksi.
3. Keberlanjutan Produksi: Tantangan dalam menjaga produksi berkelanjutan.
4. Kesulitan Mendapatkan Pinjaman Modal Usaha: Tantangan dalam memperoleh pendanaan.
5. Kurangnya Tenaga Kerja yang Terampil: Kekurangan tenaga kerja dengan keterampilan yang memadai.

#### **Strategi ST:**

1. Menjaga Kestabilan Harga:
  - Kekuatan: Harga terjangkau, lokasi strategis.
  - Ancaman: Persaingan yang ketat.
  - Strategi: Pertahankan harga yang stabil dan bersaing untuk mengatasi tekanan dari persaingan yang ketat. Ini juga membantu dalam menarik dan mempertahankan pelanggan di pasar yang kompetitif.
2. Memastikan Kualitas Produk Tetap Terjaga:
  - Kekuatan: Kebersihan dan keamanan produk, diminati banyak orang.
  - Ancaman: Fluktuasi harga bahan baku, keberlanjutan produksi.
  - Strategi: Fokus pada menjaga kualitas produk yang tinggi untuk mempertahankan kepuasan pelanggan dan membedakan produk dari pesaing, meskipun menghadapi fluktuasi harga bahan baku dan tantangan keberlanjutan produksi.
3. Menerapkan Prinsip "Untung Sedikit tapi Berkali-kali":
  - Kekuatan: Diminati banyak orang, harga terjangkau.



- Ancaman: Kesulitan mendapatkan pinjaman modal usaha, kurangnya tenaga kerja yang terampil.
- Strategi: Terapkan prinsip ini untuk meningkatkan volume penjualan dan memastikan keuntungan yang konsisten dengan menjual produk dalam jumlah besar meskipun keuntungan per unit kecil. Ini membantu mengatasi kendala dalam pendanaan dan kekurangan tenaga kerja dengan meningkatkan efisiensi penjualan.

Dengan menerapkan strategi ST ini, Pabrik Tahu Tempe Ibu Euis dapat menggunakan kekuatan internalnya untuk mengatasi ancaman eksternal, sehingga meningkatkan ketahanan daya saing di pasar. Analisis Matriks SWOT untuk Strategi Weaknesses-Threats (WT) berfokus pada upaya untuk mengurangi kelemahan internal sambil menghindari ancaman eksternal. Pabrik Tahu Tempe Ibu Euis dapat menerapkan beberapa strategi WT untuk menghadapi tantangan ini.

#### **Kelemahan (Weaknesses):**

1. Rentan terhadap Variasi Harga Bahan Baku: Keterpengaruhan pada fluktuasi harga bahan baku.
2. Pengolahan yang Memerlukan Keahlian: Proses produksi yang kompleks memerlukan tenaga kerja dengan keterampilan khusus.
3. Promosi Belum Maksimal: Upaya promosi yang masih kurang, terutama secara digital.
4. Pengaruh Faktor Lingkungan dan Iklim: Produksi dipengaruhi oleh kondisi lingkungan dan iklim.
5. Teknologi Produksi yang Tertinggal: Teknologi yang belum diperbarui dan ketinggalan zaman.

#### **Ancaman (Threats):**

1. Persaingan yang Ketat: Tingkat kompetisi yang tinggi di pasar.
2. Fluktuasi Harga Bahan Baku: Ketidakstabilan harga bahan baku mempengaruhi biaya produksi.
3. Keberlanjutan Produksi: Risiko gangguan produksi karena berbagai faktor eksternal.
4. Kesulitan Mendapatkan Pinjaman Modal Usaha: Hambatan dalam mendapatkan pendanaan untuk pengembangan bisnis.
5. Kurangnya Tenaga Kerja yang Terampil: Tantangan dalam merekrut atau mengembangkan tenaga kerja yang memiliki keterampilan yang dibutuhkan.

#### **Strategi WT:**

1. Meningkatkan Promosi untuk Branding dan Menarik Investor:
  - Kelemahan: Promosi belum maksimal.
  - Ancaman: Persaingan yang ketat.
  - Strategi: Tingkatkan promosi, baik online maupun offline, dengan fokus pada keunggulan produk seperti kebersihan, kualitas, dan harga terjangkau. Hal ini akan membantu menarik lebih banyak pelanggan dan investor potensial, serta memperkuat posisi di pasar yang kompetitif.
2. Pelatihan Khusus untuk Meningkatkan Keterampilan Karyawan:
  - Kelemahan: Pengolahan yang memerlukan keahlian, kurangnya teknologi modern.
  - Ancaman: Kurangnya tenaga kerja terampil.
  - Strategi: Selenggarakan pelatihan khusus bagi karyawan untuk meningkatkan keterampilan mereka dalam proses produksi. Hal ini tidak hanya akan meningkatkan kualitas produk tetapi juga membantu perusahaan menghadapi tantangan di pasar yang membutuhkan tenaga kerja terampil.
3. Mengatasi Ketergantungan pada Harga Bahan Baku:
  - Kelemahan: Rentan terhadap variasi harga bahan baku.
  - Ancaman: Fluktuasi harga bahan baku.
  - Strategi: Cari pemasok alternatif atau gunakan teknologi untuk mendapatkan informasi terkait pemasok yang lebih terjangkau. Dengan cara ini, perusahaan dapat meminimalkan dampak dari fluktuasi harga dan tetap menjaga biaya produksi.
4. Memperbarui Teknologi Produksi:
  - Kelemahan: Teknologi produksi yang tertinggal.
  - Ancaman: Keberlanjutan produksi.
  - Strategi: Investasikan dalam pembaruan teknologi produksi untuk meningkatkan efisiensi dan menjaga keberlanjutan produksi. Teknologi yang lebih baik dapat membantu mengurangi ketergantungan pada kondisi eksternal yang tidak stabil.

Dengan menerapkan strategi WT ini, Pabrik Tahu Tempe Ibu Euis dapat mengurangi kelemahan internalnya sambil menghadapi ancaman eksternal, sehingga menjadi lebih kompetitif dan tahan terhadap tekanan pasar.



## SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dengan pendekatan SWOT, dapat disimpulkan bahwa Pabrik Tahu Tempe Ibu Euis berada dalam situasi bisnis yang sangat menguntungkan untuk menerapkan strategi agresif atau pertumbuhan. Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya berfokus pada Pabrik Tahu Ibu Euis Untuk penelitian selanjutnya, disarankan agar cakupannya diperluas, sehingga hasilnya dapat memberikan gambaran yang lebih umum dan representatif mengenai industri tahu tempe secara keseluruhan.

## SARAN

Berdasarkan Kesimpulan yang dikemukakan dapat diberikan saran, yaitu :

1. Untuk pihak UMKM Tahu Tempe Ibu Euis, agar dapat mengembangkan variasi produk, terutama untuk produk tahu misalkan, dibuat tahu kuning, tahu susu, tahu Sumedang, sehingga dapat memenuhi keinginan dari konsumen.
2. Untuk Perguruan Tinggi agar terus melakukan pendampingan kepada pihak UMKM, agar UMKM dapat terus exis dan berkembang.
3. Perlu adanya Kolaborasi atau kerjasama dengan pihak Pemerintah Daerah dan Pihak Perbankan, agar mendapatkan bantuan dalam hal permodalan dan pengembangan bagi UMKM Tahu Tempe Ibu Euis.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ucapkan terima kasih kepada Manajemen UMKM Tahu Tempe Ibu Euis, Kepala Desa Sodong, Ketua RT dan RW Desa Sodong Manogo, Dekan Fakultas Ekonomi, Ketua PDPI Kabupaten Tangerang, yang telah membantu sehingga Pelaksanaan PKM ini dapat terlaksana dengan baik dan lancar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Menghadapi Persaingan Industri Textile. *Jemsi*, 1(5), 464–474.
- Nawawi, H. (2005). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Gajah Mada University Press.
- Oktaviani, T. S. L., Putra, L. V., Salam, M. D. M., & Devi, R. T. (2023). Analisis Peran UMKM Terhadap Literasi Desa Margosari. *Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Psikologi*, 1(1), 14–22. <https://journal.pipuswina.com/index.php/jippsi/article/view/5>
- Ratnawati, A. M. I. A. S. (2020). Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 62.
- Siswidiyanto. (2019). Perencanaan Strategis Si/Ti Perusahaan Manufaktur dengan Analisa SWOT: Studi Kasus PT. TBP Jakarta. *Paradigma*, 21(1), 107–112.
- Sudiro, A. N. R., & Ruslim, H. (2023). Pengaruh Implementasi Manajemen Strategik terhadap Ketahanan Bisnis saat Pandemi Covid-19 pada PT. Es Teh Indonesia Makmur. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan*, 4(2), 228–238. <https://doi.org/10.51805/jmbk.v4i2.145>
- Zunaidi, A., & Natalina, S. A. (2021). Manajemen Strategik Dalam Perbankan Syariah. *Wadiah*, 5(1), 86–117. <http://jurnal.iainkediri.ac.id/index.php/wadiah/article/view/3178><https://jurnal.iainkediri.ac.id/index.php/wadiah/article/viewFile/3178/1367>