

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan yang efektif bagi UD Jamhari, sebuah pabrik tahu yang telah beroperasi selama lebih dari 20 tahun. Dalam menghadapi dinamika pasar dan persaingan yang semakin ketat, analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja dan keberlanjutan usaha. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik, karyawan, dan beberapa konsumen utama UD Jamhari, serta melalui observasi langsung dan analisis dokumen perusahaan. Analisis SWOT dilakukan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman eksternal. Berdasarkan hasil analisis SWOT, matriks SWOT digunakan untuk menentukan prioritas strategi yang paling efektif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UD Jamhari memiliki beberapa kekuatan utama, seperti kualitas produk yang konsisten, tim produksi yang terlatih dengan baik, dan loyalitas konsumen. Namun, perusahaan juga menghadapi beberapa kelemahan, termasuk keterbatasan inovasi produk dan ketergantungan pada pasokan bahan baku yang fluktuatif. Di sisi lain, terdapat peluang yang dapat dimanfaatkan, seperti meningkatnya tren diet vegetarian dan ketersediaan bahan baku yang mudah didapat dari satu produsen. Ancaman utama yang dihadapi adalah persaingan industri yang ketat dan perubahan preferensi konsumen. Strategi pengembangan yang diusulkan mencakup diversifikasi produk dengan varian rasa baru, pengembangan produk organik, peningkatan promosi melalui media digital, serta pemanfaatan teknologi modern dalam proses produksi. Implementasi strategi ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing UD Jamhari dan memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan di pasar tahu.

**Kata kunci** : Strategi pengembangan, analisis swot, strategi alternatif

## ABSTRACT

*This research aims to formulate an effective development strategy for UD Jamhari, a tofu factory that has been operating for more than 20 years. In facing market dynamics and increasingly fierce competition, SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) is used to identify internal and external factors that influence business performance and sustainability. The research method used is qualitative with a case study approach. Data was collected through in-depth interviews with owners, employees and several main consumers of UD Jamhari, as well as through direct observation and analysis of company documents. SWOT analysis is carried out to identify internal strengths and weaknesses, as well as external opportunities and threats. Based on the results of the SWOT analysis, the SWOT matrix is used to determine the most effective strategic priorities. The research results show that UD Jamhari has several main strengths, such as consistent product quality, a well-trained production team, and consumer loyalty. However, the company also faces several weaknesses, including limited product innovation and dependence on fluctuating raw material supplies. On the other hand, there are opportunities that can be exploited, such as the increasing trend of vegetarian diets and the availability of raw materials that are easy to obtain from one producer. The main threats faced are intense industry competition and changes in consumer preferences. The proposed development strategy includes product diversification with new flavor variants, organic product development, increased promotion through digital media, and the use of modern technology in the production process. Implementation of this strategy is expected to increase UD Jamhari's competitiveness and ensure sustainable growth in the tofu market.*

**Keywords:** *Development strategy, SWOT analysis, alternative strategy*

