

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan produk tempe berbasis lokal pada UMKM di Desa Tanjung Tani, Kecamatan Prambon, Kabupaten Nganjuk. Fokus penelitian meliputi analisis kondisi internal dan eksternal usaha serta perumusan strategi melalui pendekatan SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM tempe memiliki kekuatan pada kualitas produk dan harga yang bersaing, namun menghadapi kelemahan dalam hal pembukuan, pemasaran digital, dan keterbatasan modal. Berdasarkan Grand Strategy Matrix, UMKM berada pada kuadran II, yang menunjukkan bahwa strategi pengembangan perlu diarahkan pada efisiensi internal dan adaptasi terhadap tantangan eksternal. Strategi yang direkomendasikan mencakup pemanfaatan kedelai lokal, peningkatan keterampilan SDM, legalitas usaha, serta inovasi produk dan kemasan.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif dengan dukungan metode SWOT, IFAS (Internal Factor Analysis Summary), EFAS (External Factor Analysis Summary), dan Grand Strategy Matrix. Data diperoleh melalui observasi lapangan, wawancara langsung dengan pelaku usaha, dan penyebaran kuesioner kepada responden terpilih. Matriks IFAS dan EFAS digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, yang kemudian dipetakan dalam Grand Strategy Matrix untuk menentukan arah strategi pengembangan yang paling sesuai bagi UMKM tempe di wilayah penelitian.

Kata Kunci: UMKM, Tempe, Strategi pengembangan, SWOT, Desa Tanjung Tani