

Strategi Inovatif Pengembangan Usaha Tahu di Desa Sugihwaras Untuk Meningkatkan Daya Saing Pasar

Innovative Strategies For Tofu Business Development In Sugihwaras Village to Increase Market Competitiveness

Agus Hermawan^{1*}, Nining Diah Andayani², Adiputra Rahman³
Agribisnis, Institut Teknologi dan Bisnis Muhammadiyah Polewali Mandar

*Corresponding Author:
email@ agus.agr22@itbmpolman.ac.id

(Received: 20 Juni 2026, Revised: 12 Agustus 2026, Accepted: 12 Agustus 2026)

Abstrak

Industri tahu merupakan salah satu bentuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang memiliki peran penting dalam penyediaan pangan bergizi sekaligus mendukung perekonomian masyarakat. Namun, pelaku usaha tahu di Desa Sugihwaras masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan modal usaha, penggunaan teknologi produksi yang belum maksimal, meningkatnya persaingan pasar, serta perubahan preferensi dan kebutuhan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi usaha tahu ditinjau dari aspek produksi, pemasaran, dan pengelolaan usaha, mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi daya saing usaha, serta merumuskan strategi pengembangan yang tepat untuk meningkatkan posisi usaha di pasar. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri atas 10 pelaku usaha tahu di Desa Sugihwaras. Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk mengidentifikasi faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi usaha tahu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk yang konsisten, pengalaman usaha yang telah berlangsung cukup lama, serta keberadaan pelanggan tetap merupakan kekuatan utama dalam pengembangan usaha. Di sisi lain, keterbatasan permodalan, penggunaan teknologi yang masih sederhana, dan rendahnya pemanfaatan pemasaran digital menjadi faktor kelemahan yang perlu mendapat perhatian. Peluang pengembangan usaha didukung oleh tingginya permintaan pasar terhadap produk tahu dan adanya berbagai program pemberdayaan UMKM. Ancaman yang dihadapi meliputi persaingan usaha sejenis yang semakin ketat serta fluktuasi harga bahan baku. Berdasarkan hasil analisis, strategi pengembangan yang direkomendasikan meliputi peningkatan kualitas produk, optimalisasi pemasaran berbasis digital, pengembangan inovasi produk, serta peningkatan kapasitas sumber daya manusia guna memperkuat daya saing usaha secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Usaha tahu; strategi inovatif; daya saing pasar; analisis swot; umkm

Abstract

The tofu industry is one form of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) that plays an important role in providing nutritious food while supporting community economic activities. However, tofu business owners in Sugihwaras Village still face various challenges, including limited business capital, suboptimal production technology, increasing market competition, and changes in consumer preferences and demands. This analyze the condition of tofu enterprises in terms of production, marketing, and business management aspects, identify internal and external factors affecting business competitiveness, and formulate appropriate development strategies to improve the market position of the enterprises. This study employed a descriptive qualitative approach with data collected through observation, interviews, and documentation. The research involved 10 tofu business owners in Sugihwaras Village as informants. Data were analyzed using the SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) analysis approach to identify the strengths, weaknesses, opportunities, and threats faced by the tofu businesses. The results indicate that consistent product quality, extensive business experience, and a loyal customer base are the main strengths supporting business development. On the other hand, limited capital, the use of simple production technology, and the low utilization of digital marketing are identified as major weaknesses that require attention. Opportunities for business development are supported by

high market demand for tofu products and various MSME empowerment programs. The primary threats include increasing competition from similar businesses and fluctuations in raw material prices. The recommended development strategies include improving product quality, optimizing digital-based marketing, developing product innovations, and enhancing human resource capabilities to strengthen business competitiveness sustainably.

Keywords: *Tofu Business, Development Strategy, Competitiveness, SWOT analysis, MSMEs.*

1. PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memegang posisi penting dalam meningkatkan perekonomian, menghasilkan lapangan kerja, serta memperbaiki taraf hidup masyarakat. Di Indonesia, sektor UMKM menunjukkan kemampuan bertahan dalam berbagai situasi ekonomi dan memberikan kontribusi besar terhadap pendapatan masyarakat. Salah satu jenis UMKM yang tumbuh di banyak daerah adalah industri pengolahan tahu. Tahu adalah produk makanan yang terbuat dari bahan dasar kedelai, yang kaya akan protein, terjangkau harganya, dan memiliki tingkat konsumsi yang cenderung stabil dimasyarakat [1]. Keberadaan usaha pengolah tahu tidak hanya berfungsi sebagai penyediaan bahan pangan, tetapi juga sebagai sumber penghidupan bagi masyarakat setempat dan memberikan dampak positif terhadap ekonomi daerah.

Perubahan dalam lingkungan bisnis yang semakin cepat memaksa para pelaku usaha untuk dapat beradaptasi dengan berbagai situasi yang terjadi. Persaingan yang semakin sengit, pergeseran selera konsumen, kemajuan teknologi digital, serta perubahan harga bahan baku menjadi tantangan penting yang harus dihadapi oleh pelaku UMKM [2]. Konsumen sekarang tidak hanya melihat harga produk, melainkan juga memperhatikan kualitas, keamanan makanan, kemasan, serta nilai tambah yang diberikan oleh suatu produk [3]. Situasi ini memaksa para pengusaha untuk berinovasi demi mempertahankan dan meningkatkan daya saing bisnis mereka.

Inovasi adalah salah satu elemen krusial dalam pertumbuhan bisnis karena mampu menghasilkan nilai tambah, meningkatkan mutu barang, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat posisi perusahaan dalam kompetisi [4]. Inovasi tidak hanya berfokus pada penciptaan produk baru, tetapi juga mencakup perbaikan dalam proses produksi, desain kemasan, strategi pemasaran, serta pemanfaatan teknologi digital [5]. Implementasi inovasi yang tepat dapat mendukung UMKM dalam meningkatkan efisiensi usaha sambil memenuhi kebutuhan konsumen yang terus berkembang.

Selain menciptakan terobosan, mutu tenaga kerja menjadi elemen yang sangat berpengaruh terhadap keberhasilan bisnis. Para pelaku bisnis yang memiliki keahlian, wawasan, serta kemampuan dalam manajemen yang baik umumnya lebih mudah untuk mengelola usaha dengan efektif dan mengadaptasi diri terhadap perubahan dalam lingkungan bisnis [6]. Pelatihan dan pengembangan kemampuan para pelaku bisnis terbukti mampu mendorong produktivitas, mutu barang, serta keterampilan pemasaran usaha mikro, kecil dan menengah [7]. Dengan demikian, peningkatan kualitas sumber daya manusia menjadi salah satu elemen krusial dalam rencana pengembangan usaha tahu.

Desa Sugihwaras yang terletak di kecamatan Wonomulyo, Kabupaten Polewali Mandar adalah salah satu lokasi yang memiliki kegiatan usaha tahu pada tingkat rumah tangga yang cukup pesat. Usaha pembuatan tahu di desa ini telah menjadi sumber pendapatan bagi penduduknya dan memberikan kontribusi pada perekonomian setempat. Meski demikian, berdasarkan pengamatan awal, para pelaku usaha masih menghadapi sejumlah tantangan, seperti keterbatasan dalam modal, teknologi produksi yang masih sederhana, pemasaran yang cenderung terbatas, dan pengembangan inovasi produk yang belum maksimal. Disisi lain, ada sejumlah peluang yang bisa dimanfaatkan, antara lain tingginya permintaan pasar untuk produk tahu, dukungan dari pemerintah dalam pengembangan usaha mikro kecil dan menengah, serta meningkatnya akses pemasaran melalui berbagai platform digital.

Beragam penelitian sebelumnya telah mengeksplorasi rencana pengembangan usaha tahu melalui pendekatan analisis SWOT serta metode manajemen bisnis yang lain [8]. Menyoroti signifikansi strategi pemasaran dalam memperkuat daya saing industri. [9] Mengevaluasi kelayakan serta rencana pengembangan agroindustri tahu. [10] mengintegrasikan analisis SWOT dan business model canvas untuk merumuskan strategi bisnis UMKM tahu. [4] menekankan pada inovasi produk pengolahan tahu guna meningkatkan penjualan. Walaupun begitu, sebagian besar penelitian sebelumnya lebih mengfokuskan diri pada elemen pemasaran, inovasi produk, atau kelayakan usaha dalam konteks yang terpisah.

Kesenjangan penelitian terletak pada minimnya studi yang mengaitkan dengan baik faktor-faktor internal dan eksternal usaha tahu untuk merancang strategi inovatif dalam pengembangan bisnis sesuai dengan situasi

lokal. Di samping itu, kajian tentang usaha tahu didesa sugihwaras masih sangat sedikit, sehingga aspek karakteristik, potensi, serta tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha di area ini belum banyak tereksplorasi secara ilmiah. Oleh sebab itu, perlu dilakukan penelitian yang dapat menentukan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dialami oleh usaha tahu sebagai dasar untuk menetapkan strategi pengembangan yang cocok dengan keadaan di daerah tersebut.

Penelitian ini memiliki sasaran untuk menggambarkan keadaan usaha tahu di desa sugihwaras dengan memperhatikan aspek produksi, pemasaran, dan manajemen usaha serta mengidentifikasi elemen-elemen internal dan eksternal yang berpengaruh terhadap daya saing di pasar. Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan sumbangsih bagi para pelaku usaha tahu dalam merancang strategi pengembangan usaha yang lebih efisien, sekaligus menjadi sumber referensi bagi pemerintah daerah dan pihak-pihak terkait dalam merencanakan program pemberdayaan UMKM yang berkelanjutan.

2. METODE PENELITIAN

Peneliti ini mengadopsi metode deskriptif kualitatif untuk mendapatkan wawasan mendalam tentang situasi bisnis tahu dan elemen-elemen yang mempengaruhi daya saing usaha di desa sugihwaras, kecamatan wonomulyo, kabupaten polewali mandar. Metode kualitatif dipilih karena fokus penelitian ini adalah untuk mengungkapkan fenomena, kondisi asli, serta pengalaman dari para pelaku usaha yang tidak bisa dijelaskan dengan baik melalui data yang bersifat kuantitatif. Selain itu, metode ini memberikan kesempatan bagi peneliti untuk mendapatkan informasi yang lebih terperinci mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh penguasa tahu.

Penelitian ini dilakukan di desa sugihwaras, yang terletak di kecamatan wonomulyo, kabupaten polewali mandar, provinsi sulawesi barat. Pemilihan lokasi dilakukan dengan cara sengaja karena desa ini adalah salah satu pusat produksi tahu dalam skala rumah tangga yang telah mengalami perkembangan dan menjadi mata pencaharian bagi sebagian masyarakat lokal. Penelitian berlangsung pada tahun 2026, dimulai dari tahap persiapan, pengumpulan data, hingga analisis dan penyusunan laporan hasil penelitian

Subjek dari penelitian ini terdiri dari para penguasa tahu yang aktif menjalankan bisnis mereka di desa sugihwaras. Hasil observasi awal menunjukkan terdapat kurang lebih 10 unit usaha tahu yang masih berjalan. Sampling, yaitu pendekatan yang didasarkan pada pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria untuk informan mencakup pelaku usaha yang masih aktif menjalankan bisnis, memiliki pengalaman dalam mengelola usaha tahu terlibat langsung dalam proses produksi atau pengelolaan usaha, dan bersedia memberikan informasi yang diperlukan selama proses penelitian. Sesuai dengan kriteria tersebut, semua pengusaha tahu yang memenuhi syarat dijadikan sebagai informan dalam penelitian ini

Pengumpulan informasi dilakukan melalui observasi, wawancara, dan pengumpulan dokumen. Observasi dilakukan secara langsung di lokasi bisnis untuk mendapatkan gambaran menyeluruh mengenai proses produksi, penggunaan teknologi, keadaan sarana produksi, serta aktivitas bisnis secara keseluruhan. Dengan cara ini, peneliti dapat mengenali kondisi autentik yang ada di lapangan, sehingga data yang diperoleh menjadi lebih objektif dan mencerminkan situasi yang sebenarnya.

Wawancara dilaksanakan dalam format semi-terstruktur dengan menggunakan panduan wawancara yang telah dirancang sebelumnya. Metode ini dipilih karena memberikan fleksibilitas kepada peneliti untuk mengeksplorasi informasi secara lebih mendalam berdasarkan keadaan dan respons dari informan. Wawancara ditujukan untuk mengeksplorasi aspek-aspek seperti kualitas produk, sumber daya manusia, modal usaha, manajemen bisnis, teknologi produksi, inovasi produk, kondisi pasar, tingkat persaingan, ketersediaan bahan baku, kemajuan teknologi, dukungan dari pemerintah, serta preferensi konsumen. Data yang diperoleh dari wawancara ini dimanfaatkan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi pengembangan bisnis tahu.

Selain melakukan observasi dan wawancara, studi ini juga memanfaatkan metode dokumentasi. Pengumpulan dokumentasi meliputi pengumpulan berbagai jenis dokumen yang relevan dengan aktivitas bisnis, seperti foto-foto proses produksi, keadaan tempat usaha, infrastruktur dan sarana produksi, data usaha, serta dokumen lain yang mendukung penelitian. Data yang diperoleh melalui dokumentasi berfungsi sebagai tambahan untuk memperkuat hasil dari observasi dan wawancara.

Peneliti merupakan instrumen utama dalam kajian ini, berperan dalam proses pengumpulan, pengolahan, dan analisis data. Beberapa alat pendukung juga digunakan untuk membantu pengumpulan data, termasuk panduan observasi, panduan wawancara, alat tulis, kamera, dan perangkat dokumentasi lain. Alat-alat tersebut bertujuan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh sejalan dengan tujuan penelitian.

Analisis data dijalankan dengan metode deskriptif kualitatif dengan mengikuti langkah-langkah pengurangan data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pengurangan data dilakukan dengan cara memilih, menyederhanakan, dan mengelompokkan informasi yang relevan dengan fokus penelitian. Selanjutnya, data tersebut disajikan dalam format naratif, yang memudahkan untuk diinterpretasikan. Tahap akhir adalah menarik kesimpulan berdasarkan temuan yang didapatkan selama penelitian berlangsung.

Untuk merancang strategi pengembangan bisnis, penelitian ini menerapkan analisis SWOT (Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman). Analisis SWOT bertujuan untuk mengidentifikasi faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan, serta faktor eksternal yang mencakup peluang dan ancaman. Hasil identifikasi ini kemudian disusun ke dalam matriks SWOT supaya dapat menciptakan alternatif strategi pengembangan bisnis, yang meliputi strategi SO (Kekuatan–Peluang), WO (Kelemahan–Peluang), ST (Kekuatan–Ancaman), dan WT (Kelemahan–Ancaman). Dengan pendekatan ini, diharapkan strategi yang dihasilkan dapat memberikan solusi yang sesuai dengan situasi usaha tahu di Desa Sugihwaras dan mendukung peningkatan daya saing usaha secara berkelanjutan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilaksanakan pada sepuluh pelaku usaha tahu yang berada di Desa Sugihwaras, Kecamatan Wonomulyo, Kabupaten Polewali Mandar. Semua informan adalah pemilik bisnis yang terlibat secara langsung dalam proses produksi serta manajemen usaha. Temuan penelitian mengindikasikan bahwa usaha tahu di Desa Sugihwaras merupakan usaha rumahan yang telah dilaksanakan secara turun-temurun dan menjadi salah satu sumber penghasilan bagi masyarakat setempat.

3.1 Karakteristik Pelaku Usaha

Karakteristik dari informan mengindikasikan bahwa mayoritas pelaku usaha telah mengelola bisnis mereka lebih dari lima tahun. Pengalaman yang luas dalam berbisnis memberikan pelaku kemampuan untuk mengenali kebutuhan pelanggan, memastikan mutu produk, dan mempertahankan interaksi dengan konsumen setia.

Tabel 3.1 Pelaku Usaha

Variabel	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Lama Usaha	<5 Tahun	2	20
	5-10 Tahun	5	50
	>10 Tahun	3	30
Jumlah Informan	Pelaku Usaha Tahu	10	100

Sumber: Data Primer diolah, 2026

Pelaku bisnis telah menjalani usahanya selama 5 hingga 10 tahun. Situasi ini menandakan bahwa usaha tahu memiliki kelangsungan yang cukup memuaskan dan mampu bertahan menghadapi berbagai perubahan dalam kondisi ekonomi. Pengalaman dalam berbisnis menjadi aset penting dalam menghadapi pergeseran pasar serta kompetisi usaha. Hasil ini sesuai dengan penelitian [11] yang mengungkapkan bahwa pengalaman dan keterampilan pelaku bisnis berkontribusi pada kesuksesan pengelolaan usaha kecil.

3.2 Identifikasi Faktor Internal

Hasil pengamatan dan wawancara mengindikasikan bahwa mutu produk adalah salah satu keunggulan utama yang dimiliki para pengusaha tahu di Desa Sugihwaras. Tahu yang diproduksi menawarkan rasa yang stabil, tekstur yang memuaskan, serta disukai oleh konsumen setempat. Di samping itu, mayoritas para pelaku usaha telah memiliki pelanggan setia yang menjadi sasaran utama penjualan produk mereka. Adanya pelanggan tetap ini memberikan kepastian akan permintaan dan turut mendukung kestabilan pendapatan usaha.

Tabel 3.2 Faktor Internal

Faktor Internal	Kategori
Kualitas Produk yang Baik	Kekuatan
Pengalaman Usaha	Kekuatan
Pelanggan Tetap	Kekuatan
Keterbatasan Modal	Kelemahan
Teknologi Produksi Sederhana	Kelemahan
Pemasaran Masih Terbatas	Kelemahan

Sumber: Data Primer diolah, 2026

Berdasarkan pandangan teori Resource Based View (RBV), keunggulan dalam persaingan dapat dikembangkan melalui aset internal yang berharga dan sulit untuk ditiru. Dalam kajian ini, kualitas produk serta pengalaman bisnis diidentifikasi sebagai sumber daya strategis yang meningkatkan daya saing dari usaha tahu. Penemuan ini sejalan dengan hasil penelitian [12] yang menunjukkan bahwa kualitas produk adalah aspek utama dalam mempertahankan loyalitas pelanggan serta memperkuat daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Kualitas produk menjadi salah satu elemen krusial dalam menjaga loyalitas pelanggan dan memperbaiki daya saing bisnis. Penelitian sebelumnya juga mengindikasikan bahwa kualitas produk memiliki dampak positif terhadap keberhasilan UMKM dalam menjaga pangsa pasarnya. Oleh karena itu, kualitas produk yang tinggi menjadi aset penting bagi perkembangan usaha tahu di Desa Sugihwaras.

Penelitian ini menemukan beberapa tantangan yang masih dihadapi oleh para pelaku usaha. Keterbatasan modal adalah isu yang paling sering diungkapkan oleh informan. Dengan modal yang terbatas, pelaku usaha menghadapi kesulitan dalam meningkatkan kapasitas produksi, mendapatkan alat yang lebih modern, serta melakukan inovasi pada produk. Di samping itu, mayoritas jumlah proses produksi masih bergantung pada peralatan sederhana, sehingga produktivitas usaha belum mencapai potensi maksimal.

Masalah lain yang dihadapi adalah metode pemasaran yang masih tradisional. Kebanyakan pelaku usaha hanya mengandalkan pelanggan setia dan penjualan langsung di pasar lokal. Penggunaan media sosial serta platform digital untuk pemasaran masih sangat minim. Situasi ini mengakibatkan jangkauan pasar untuk usaha tahu belum berkembang secara optimal. Padahal, kemajuan teknologi digital menawarkan peluang besar bagi UMKM untuk memperluas pasarnya dan meningkatkan penjualannya.

Temuan ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa keterbatasan modal serta rendahnya penggunaan teknologi merupakan hambatan utama dalam perkembangan UMKM. Kurangnya kemampuan beradaptasi terhadap kemajuan teknologi dapat menurunkan daya saing usaha dalam menghadapi kompetisi yang semakin ketat.

Selain faktor internal, penelitian ini juga mengidentifikasi berbagai faktor eksternal yang berpengaruh pada pengembangan usaha tahu. Dari sisi peluang, meningkatnya permintaan masyarakat untuk produk pangan berbasis protein nabati menjadi aspek yang sangat mendukung pertumbuhan usaha. Permintaan pasar terhadap tahu terbilang stabil karena produk ini menjadi bagian dari konsumsi sehari-hari. Selain itu, program pemerintah yang mendukung pengembangan UMKM menawarkan peluang bagi pelaku usaha untuk mendapatkan pelatihan, dukungan usaha, serta akses terhadap pembiayaan.

Perkembangan dalam teknologi informasi juga menciptakan peluang baru dalam pemasaran produk. Melalui media sosial dan platform digital, pelaku usaha dapat memperluas jangkauan pemasaran tanpa harus mengeluarkan biaya yang besar. Digitalisasi pemasaran memungkinkan usaha kecil untuk menggapai konsumen yang lebih luas dibandingkan dengan cara pemasaran konvensional.

3.3 Identifikasi Faktor Eksternal

Faktor-faktor eksternal yang diidentifikasi dalam studi ini mencakup kesempatan serta tantangan yang muncul dari lingkungan bisnis. Kesempatan utama muncul dari tingginya permintaan masyarakat terhadap produk tahu, adanya dukungan dari pemerintah bagi pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, serta kemajuan teknologi digital yang dapat digunakan sebagai alat pemasaran.

Di sisi lain, tantangan signifikan yang dihadapi oleh para pelaku bisnis adalah meningkatnya tingkat persaingan dari usaha yang sejenis, fluktuasi harga bahan baku kedelai yang menjadi material utama, serta pergeseran preferensi konsumen yang semakin menginginkan produk dengan kualitas yang lebih baik.

Tabel 3.3 Faktor Internal

Faktor Internal	Kategori
Permintaan pasar meningkat	Peluang
Dukungan program UMKM	Peluang
Perkembangan teknologi digital	Peluang
Persaingan usaha	Ancaman
Fluktuasi harga bahan baku	Ancaman
Perubahan preferensi konsumen	Ancaman

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Temuan ini mengindikasikan bahwa faktor luar menyediakan peluang yang cukup signifikan untuk pengembangan bisnis tahu. Akan tetapi, para pelaku usaha harus memiliki keterampilan beradaptasi untuk dapat memanfaatkan peluang tersebut secara maksimal. Hasil dari penelitian ini memperkuat temuan [13] yang mengatakan bahwa kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan di pasar dan teknologi adalah elemen krusial dalam kesuksesan UMKM.

Meski demikian, ada beberapa risiko yang perlu diperhatikan. Persaingan yang semakin intensif menjadi tantangan utama bagi para pengusaha tahu. Munculnya perusahaan sejenis dengan produk yang hampir sama membuat pengusaha harus dapat menciptakan keunggulan yang membedakan barangnya dari yang lain. Di samping itu, ketidakstabilan harga bahan baku kedelai juga menjadi ancaman serius karena dapat berdampak pada biaya produksi serta profitabilitas usaha.

3.4 Analisis SWOT dan Perumusan Strategi

Berdasarkan peninjauan elemen-elemen dalam dan luar, dilakukan analisis SWOT guna merancang strategi untuk pengembangan usaha tahu di Desa Sugihwaras.

Tabel 3.4 Analisa SWOT

Internal/Eksternal	Peluang (O)	Ancaman (T)
Kekuatan (S)	Strategi SO	Strategi ST
Kelemahan (W)	Strategi WO	Strategi WT

Strategi SO bisa diimplementasikan dengan menjaga standar kualitas produk sembari mengambil keuntungan dari lonjakan permintaan di pasar. Pelaku bisnis juga bisa memanfaatkan pengalaman yang dimiliki untuk memperluas jaringan pemasaran serta mempererat hubungan dengan konsumen. Pendekatan ini sangat penting untuk memperbaiki posisi bisnis dalam kompetisi pasar.

Strategi WO bisa dilakukan dengan memanfaatkan program pemberdayaan UMKM untuk mengatasi kendala finansial dan meningkatkan kapasitas tenaga kerja. Sesi pelatihan dalam hal pemasaran digital dan manajemen bisnis dapat membantu pelaku bisnis dalam mengoptimalkan pengelolaan usaha dengan lebih efisien. Selain itu, penggunaan teknologi digital dapat menjadi alternatif untuk memperluas cakupan pasar tanpa memerlukan investasi yang terlalu besar.

Strategi ST berfokus pada pemanfaatan kekuatan yang dimiliki bisnis dalam menghadapi tantangan. Kualitas produk yang unggul dapat dimanfaatkan sebagai keunggulan dalam persaingan usaha. Pelaku bisnis harus menjaga konsistensi kualitas produk agar pelanggan tetap setia meskipun ada banyak pilihan produk lain di pasar.

Di sisi lain, strategi WT ditujukan untuk meminimalisir kelemahan sekaligus mengurangi pengaruh dari berbagai ancaman. Memperkuat manajemen usaha, meningkatkan efisiensi produksi, dan melakukan diversifikasi produk adalah langkah-langkah yang bisa diambil untuk memperkuat daya tahan bisnis terhadap perubahan situasi pasar dan fluktuasi harga bahan baku.

Temuan penelitian ini memberikan sumbangan ilmiah dengan menegaskan bahwa strategi pengembangan bisnis tahu tidak bisa hanya terfokus pada satu aspek tertentu, seperti produksi atau pemasaran saja. Pengembangan bisnis harus dilakukan secara menyeluruh dengan memperhatikan faktor internal dan eksternal yang berpengaruh pada daya saing. Penemuan ini juga mengatasi kekurangan penelitian sebelumnya yang lebih fokus pada aspek pengembangan usaha secara terpisah. Dengan menggunakan pendekatan SWOT yang memperhatikan keadaan lokal Desa Sugihwaras, penelitian ini menciptakan strategi yang lebih relevan

dan praktis, sehingga bisa dijadikan landasan dalam mengambil keputusan untuk pengembangan usaha tahu yang berkelanjutan.

Temuan penelitian mengindikasikan bahwa kompetisi usaha tahu di Desa Sugihwaras ditentukan oleh perpaduan faktor dari dalam dan luar. Kualitas barang, pengalaman bisnis, dan kesetiaan pelanggan menjadi aset utama yang memungkinkan usaha untuk bertahan di tengah kompetisi. Temuan ini mendukung teori keunggulan kompetitif yang menekankan signifikansi penggunaan sumber daya internal dalam menghasilkan nilai bagi konsumen.

Sebaliknya, terbatasnya modal dan minimnya penggunaan teknologi digital tetap menjadi hambatan utama dalam pertumbuhan usaha. Keadaan ini mengindikasikan bahwa untuk mengembangkan usaha, diperlukan tidak hanya keterampilan produksi yang baik, tetapi juga keterampilan manajerial dan pemasaran yang cukup. Strategi pengembangan usaha perlu dilaksanakan secara terintegrasi dengan melibatkan aspek produksi, pemasaran, manajemen, serta pengembangan sumber daya manusia.

Studi ini mengatasi kekurangan penelitian yang telah diidentifikasi dalam bagian awal. Tidak seperti studi sebelumnya yang lebih memperhatikan aspek pemasaran, inovasi produk, atau pelatihan sumber daya manusia secara terpisah, penelitian ini menggabungkan faktor internal dan eksternal dalam satu kerangka analisis SWOT yang menyeluruh. Pendekatan ini memungkinkan pembuatan strategi pengembangan usaha yang lebih sesuai dengan situasi lokal Desa Sugihwaras.

Sumbangan ilmiah dari penelitian ini berada pada perancangan model strategi pengembangan usaha tahu yang didasarkan pada analisis SWOT dengan mempertimbangkan kondisi aktual pelaku usaha berskala rumah tangga. Model ini dapat dijadikan pedoman bagi pelaku bisnis, pemerintah daerah, serta lembaga pendukung UMKM dalam menyusun program pengembangan usaha yang lebih efisien. Selain itu, studi ini memperluas penelitian tentang pengembangan UMKM makanan yang berlandaskan potensi lokal untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

Studi ini mengindikasikan bahwa untuk meningkatkan daya saing bisnis tahu di Desa Sugihwaras, tidak cukup hanya memperhatikan satu aspek pengembangan usaha, tetapi perlu strategi yang komprehensif dan terpadu. Kesuksesan sebuah usaha dipengaruhi oleh berbagai faktor internal, seperti mutu produk, pengalaman berbisnis, kemampuan SDM, modal, teknologi produksi, serta sistem pemasaran, dan faktor eksternal yang meliputi keadaan pasar, tingkat kompetisi, dukungan dari pemerintah, kemajuan teknologi, dan perubahan selera konsumen. Hubungan antar faktor-faktor tersebut merupakan kunci utama dalam menghasilkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan untuk pelaku usaha tahu.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kualitas produk yang baik, pengalaman usaha yang cukup lama, dan loyalitas pelanggan merupakan kekuatan utama yang dimiliki pelaku usaha tahu di Desa Sugihwaras. Namun demikian, masih terdapat beberapa hambatan yang perlu mendapatkan perhatian, terutama keterbatasan modal, penggunaan teknologi produksi yang belum optimal, serta rendahnya pemanfaatan media digital dalam kegiatan pemasaran. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengembangan usaha memerlukan dukungan dari berbagai pihak, baik dari pelaku usaha sendiri maupun dari pemerintah dan lembaga terkait.

Melalui penerapan strategi pengembangan yang dirumuskan berdasarkan analisis SWOT, pelaku usaha diharapkan mampu memanfaatkan peluang yang tersedia secara maksimal sekaligus mengurangi dampak dari berbagai ancaman yang dihadapi. Strategi tersebut mencakup peningkatan kualitas dan inovasi produk, penguatan kapasitas sumber daya manusia, pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran, peningkatan efisiensi produksi, serta penguatan manajemen usaha. Dengan penerapan strategi yang sesuai dengan kondisi lokal dan kebutuhan usaha, diharapkan usaha tahu di Desa Sugihwaras dapat berkembang secara lebih berkelanjutan, meningkatkan daya saing di pasar, serta memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap peningkatan pendapatan masyarakat dan perekonomian daerah.

4. KESIMPULAN

Studi ini bertujuan untuk menganalisis keadaan usaha tahu di Desa Sugihwaras, mengidentifikasi elemen-elemen yang berpengaruh pada daya saing usaha, serta merencanakan strategi pengembangan yang dapat digunakan untuk meningkatkan kompetisi pasar. Temuan studi menunjukkan bahwa usaha tahu memiliki peluang yang cukup baik untuk terus dikembangkan, didukung oleh kualitas produk yang dapat memenuhi permintaan konsumen, pengalaman pelaku usaha, serta adanya pelanggan setia yang menjadi kekuatan utama dalam menjalankan usaha.

Di sisi lain, terdapat beberapa elemen yang perlu diperhatikan, terutama keterbatasan modal, penggunaan teknologi produksi yang belum maksimal, dan pemasaran yang masih terbatas. Di samping itu, kesempatan

yang muncul dari bertambahnya permintaan pasar, kemajuan teknologi digital, dan dukungan program pemberdayaan UMKM bisa dimanfaatkan untuk mendukung pengembangan usaha. Di sisi lain, persaingan bisnis dan perubahan harga bahan baku merupakan tantangan yang harus dihadapi.

Berdasarkan hasil penelitian, strategi pengembangan usaha yang efektif harus dilakukan dengan meningkatkan kualitas dan inovasi produk, memperkuat kapasitas sumber daya manusia, memanfaatkan teknologi digital dalam pemasaran, serta memperbaiki pengelolaan usaha secara berkelanjutan. Pelaksanaan strategi ini diharapkan dapat meningkatkan kompetisi usaha tahu di Desa Sugihwaras, memperkuat kelangsungan usaha, serta memberikan dampak yang lebih signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat dan ekonomi lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Putri, H., & Fikroh Gani, L. (2024). Analisis Pengembangan Umkm Pembuatan Tahu Di Desa Pakam Raya Kabupaten Batubara. In *Communnity Development Journal* (Vol. 5, Number 5).
- [2] Hananto, D., Syahri, R. M., Ramadhan, R., Haikal, S., Lupi, A., Al-Badawi, F., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2024). *Evektivas Strategi Pemasaran Di Era Digital Effectiveness Of Marketing Strategies In The Digital Era*. 1(3). <https://Jicnusantara.Com/Index.Php/Jicn>
- [3] Sobar, A., Permadi, I., Alhidayatullah, A., & Fathussyaadah, E. (2023). Peningkatan Kualitas Produk Dan Layanan Umkm Untuk Meningkatkan Daya Saing. *Jmm (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(4), 3782. <https://doi.org/10.31764/Jmm.V7i4.16383>
- [4] Erlindah, M., Amanda Pratiwi, O., Alchuurun, A., Amaliyah, F., Amalia Salsabila, E., Adi Rahardjo, K., & Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya, S. (2025). Strategi Inovasi Olahan Tahu Untuk Meningkatkan Laba Penjualan (Studi Kasus Surga Rasa Gen-Z). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1). <https://Jurnalmahasiswa.Com/Index.Php/Appa>
- [5] Faisol, H. S. W. E. P. (2025). *Pelatihan Kewirausahaan Dan Digital Marketing Bagi Pelaku Usaha Mikro Di Kecamatan Prambon Kabupaten Nganjuk*.
- [6] Suryani, S., Rindaningsih, I., & Hidayatulloh. (2023). Pelatihan Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia. *Perisai: Jurnal Pendidikan Dan Riset Ilmu Sains*, 2(3), 363–370. <https://doi.org/10.32672/Perisai.V2i3.154>
- [7] Afuan, M., Candana, D. M., & Purwasih, R. (2023). Implementasi Pengelolaan Sumber Daya Manusia Untuk Meningkatkan Produktivitas Kerja Karyawan Pada Usaha Tahu Solo Bude Ani. In *Tahun* (Vol. 1, Number 2). <https://Rcf-Indonesia.Org/Jurnal/Index.Php/Bangsa>
- [8] Aksal Mursalat, A. U. L. M. (2021). *Jurnal Strategi Pengembangan Pemasaran Usaha Industri Tahudikabupatensidenreng Rappang*.
- [9] Fauzi Maulana, M., & Kurnia, R. (2025). *Kelayakan Dan Strategi Pengembangan Agroindustri Tahu Di Desa Buniseuri Kecamatan Cipaku Feasibility And Development Strategy Of Tofu Agro-Industry In Buniseuri Village, Cipaku District*.
- [10] Sari, N. K., Hartini, H., Apriyanti, E., & Adriani, A. (2023). Pendampingan Peningkatan Ketrampilan Sumberdaya Karyawan Pabrik Tahu Pinti Kayu Di Kec. Kpgd Kab. Solok Selatan. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 236–245. <https://doi.org/10.61231/Jp2m.V1i4.102>
- [11] Arwin Arwin, Y. Y. W. (2023). *-Jurnal+Pkm+Ceria+26-32*.
- [12] Hananto, D., Syahri, R. M., Ramadhan, R., Haikal, S., Lupi, A., Al-Badawi, F., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2024). *Evektivas Strategi Pemasaran Di Era Digital Effectiveness Of Marketing Strategies In The Digital Era*. 1(3). <https://Jicnusantara.Com/Index.Php/Jicn>