

ABSTRAK

Sektor Usaha, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki kontribusi yang besar terhadap perekonomian nasional baik dari segi kontribusi terhadap Produk Regional Domestik Bruto (PRDB) maupun penyerapan tenaga kerja. Daya saing merupakan kunci penting dalam usaha mengembangkan dan meningkatkan kualitas UMKM di Indonesia dalam menghadapi MEA 2015. Untuk itu, sektor UMKM harus meningkatkan daya saing agar dapat menumbuhkan perekonomian secara nasional.

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan strategi daya saing UMKM pada sentra industri tahu Cibuntu. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan menggunakan metode gabungan (*mix methods*) yaitu kualitatif dan kuantitatif. Sampel dari narasumber ditentukan berdasarkan metode *purposive sampling*, sebanyak enam narasumber berpartisipasi yaitu pemerintah yang mengelola sentra dari pihak eksternal dan para pelaku UMKM dari pihak internal. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah Analisis lingkungan eksternal dan internal (IFE, EFE), Analisis SWOT, Analisis AHP, dan Analisis QSPM. Pengumpulan data didapatkan dari data sekunder dan primer.

Setelah melakukan pengumpulan data dengan cara observasi dan wawancara, penelitian dilanjutkan dengan menjabarkan hasil wawancara menjadi faktor-faktor internal dan eksternal sehingga dapat mengidentifikasi faktor menggunakan teknik analisis yang dilakukan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan posisi dalam diagram analisis SWOT berada pada kuadran III yang artinya sentra industri tahu Cibuntu harus melakukan strategi *turn around*. Strategi yang menjadi prioritas utama untuk Sentra Industri Tahu Cibuntu berdasarkan analisis QSPM adalah bekerja sama dengan pemerintah untuk memberdayakan dan memberikan pengembangan serta pelatihan untuk SDM di sentra tahu Cibuntu agar lebih berkompeten, dan harus mengoptimalkan dan mengupayakan bantuan dari pemerintah berupa pinjaman dan bantuan pendanaan. Dengan kata lain, strategi yang diterapkan adalah dengan memanfaatkan peluang untuk meminimalisir kelemahan agar mendapatkan pangsa pasar yang lebih baik.

Kata kunci: UMKM, IFE, EFE, SWOT, AHP, QSPM

