

## ABSTRAK

UMKM memiliki peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia, terutama pada sektor kuliner yang persaingannya semakin ketat. Tokokari, UMKM kuliner Jepang di Bandung yang berdiri sejak 2023, menghadapi berbagai tantangan seperti pendapatan yang fluktuatif, sistem keuangan belum terstruktur, dan keterbatasan area usaha. Untuk tetap bersaing, Tokokari perlu merumuskan strategi pengembangan bisnis yang tepat dan berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan yang sesuai bagi Tokokari melalui analisis faktor internal dan eksternal. Fokus utama penelitian mencakup: mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan (IFE), mengevaluasi peluang dan ancaman (EFE), merumuskan alternatif strategi (SWOT & IE), dan menentukan strategi prioritas (QSPM). Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing usaha. Metodologi yang digunakan adalah pendekatan kualitatif-deskriptif dengan studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan Focus Group Discussion (FGD) bersama pihak terkait. Analisis dilakukan melalui tahapan manajemen strategi: input (IFE & EFE), pencocokan (SWOT & IE), dan keputusan (QSPM). Hasil penelitian menunjukkan skor IFE sebesar 2,44 dan EFE sebesar 2,26 yang menempatkan Tokokari pada Kuadran V (strategi Hold and Maintain). Dari 19 strategi alternatif yang disusun, strategi prioritas adalah mengoptimalkan kualitas layanan, produk, dan bahan baku meskipun dalam keterbatasan area dan harga, dengan nilai TAS tertinggi 6,24. Penelitian ini memberikan kontribusi strategis dalam penerapan metode SWOT dan QSPM di sektor UMKM kuliner. Tokokari disarankan untuk memperkuat layanan digital, mengatur keuangan secara profesional, dan mengembangkan brand sebagai kuliner Jepang terjangkau. Strategi ini diharapkan mendorong pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.

**Kata kunci:** UMKM, IFE, EFE, IE, Analisis SWOT, QSPM.