

ABSTRAK

Pada Negara berkembang yang menjadi prioritas utama adalah pembangunan ekonomi nasional, salah satunya adalah pelaku umkm karena umkm memiliki peranan penting khususnya dalam pertumbuhan ekonomi dan penuntas pengangguran. Nasi jagal adalah salah satu makanan populer dari Banten, tepatnya di Kota Tangerang. Mulai berdiri sejak tahun 1995. Lokasi nasi jagal berada di kawasan Rumah Potong Hewan Dinas Pertanian Pemerintah Kota Tangerang atau biasa disebut sebagai tempat penjagalan hewan sapi, karena letak lokasinya, makanan ini disebut dengan nasi jagal. Nasi jagal ini terdiri dari sepiring nasi putih yang dilengkapi potongan daging sapi berkuah kental kecap. Pada era new normal saat ini pelaku usaha berusaha bertahan dan bersaing dengan pengusaha lain, maka dilakukan penelitian untuk menganalisis faktor lingkungan internal dan eksternal.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang melibatkan usaha nasi jagal di Jalan Raya Bayur, Kota Tangerang. Analisis ini memperhatikan faktor internal (*Strengths* dan *Weakness*) dan faktor eksternal (*Opportunities* dan *Threats*).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa total skor faktor internal sebesar 3.058823529. Dan total skor eksternal 3.448275862. dimana skor yang didapatkan termasuk ke dalam Kuadran 1. Kuadran 1 merupakan strategi yang memanfaatkan kekuatan dan peluang, seperti produk makanan, harga produk yang bersaing, mempergencar promosi dan pelayanan terhadap konsumen. Untuk memaksimalkan kekuatan yang dimiliki dan memperhatikan peluang usaha. Strategi ini perlu ditunjang dengan penetrasi pasar (*market penetration*), pengembangan pasar (*market development*), dan pengembangan produk (*product development*).

Kata Kunci:UMKM, Pemasaran, SWOT