ABSTRAK

Jenis UMKM yang memiliki perkembangan pesat yaitu UMKM pada bidang makanan dan minuman. UMKM dibidang makanan dan minuman merupakan salah satu usaha dengan tingkat ketahanan yang tinggi sehingga memiliki peluang yang menjanjikan, pada tahun 2020 jenis usaha *food service* mendominasi tiga kali lebih banyak dari *food manufacture*.

Payme Foods merupakan UMKM asal Bandung yang bergerak di bidang kuliner dengan menjual produk cepat saji berupa dimsum. Payme Foods telah berdiri sejak mei tahun 2020, walaupun sudah berdiri selama 3 tahun Payme Foods tentunya masih memiliki banyak tantangan yang cukup besar bagi pemiliknya seperti keterbatasan SDM, pemasaran yang masih pasif, banyaknya UMKM yang menjual dimsum serta pembukuan dana yang masih manual sehingga tidak mudah bersaing dengan kompetitor.

Penelitian ini bertujuan untuk Untuk mengetahui strategi bisnis yang dibutuhkan Payme Foods berdasarkan analisis SWOT. Adapaun variabel pada penelitian ini adalah SWOT, matrik SWOT. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan Teknik analisis data seperti wawancara, dokumentasi, dan catatan lapangan.

Setelah mengetahui hasil dari analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor kekuatan, peluang, kelemahan, dan ancaman. Kemudian lanjut analisis matriks SWOT dan setelah itu dirancang sebuah strategi baru yang nantinya akan menjadi acuan strategi pengembangan bisnis Payme Foods.

Payme Foods dapat menerapkan strategi bersaing generik yang disarankan dengan fokus pada keunggulan biaya dengan cara memperbesar volume produksi secara efisien untuk mengurangi biaya produksi per unit, dan menjaga kualitas produk tetap tinggi dengan biaya yang kompetitif. Serta, fokus pada diferensiasi usaha dengan

terus mengembangkan variasi rasa dan kualitas produk dimsum untuk membedakan diri dari pesaing dan menarik minat konsumen

Kata kunci: UMKM, *SWOT, Payme Foods*