

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menyusun strategi pengembangan usaha UMKM Royal Bubble Seberang Kota Jambi di era digital dengan menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari sisi internal, Royal Bubble memiliki kekuatan yang lebih besar dibandingkan kelemahannya, dengan selisih positif sebesar 0,45. Namun dari sisi eksternal, peluang lebih kecil dibandingkan ancamannya, dengan selisih negatif sebesar -0,18. Posisi UMKM Royal Bubble berada pada kuadran II matriks SWOT, yang menunjukkan bahwa meskipun usaha tersebut memiliki kekuatan yang signifikan, namun terdapat ancaman eksternal yang perlu diatasi. Strategi pengembangan usaha yang disarankan adalah memanfaatkan kekuatan internal untuk memitigasi ancaman dan mengoptimalkan peluang jangka panjang melalui diversifikasi produk. Selain itu, pemanfaatan platform digital, peningkatan kualitas layanan, dan kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan merupakan faktor krusial dalam meningkatkan daya saing usaha. Dengan menerapkan strategi yang tepat, Royal Bubble dapat memperkuat posisi pasarnya dan mempertahankan usahanya di era digital.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, Digitalisasi, Diversifikasi Produk, Analisis SWOT, UMKM.