

## ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran sangat penting dalam meningkatkan perekonomian desa serta kesejahteraan masyarakat. Namun, banyak UMKM masih menghadapi berbagai kendala, terutama dalam pemasaran, inovasi produk, serta daya saing di pasar yang semakin kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan UMKM di Desa Tri Tunggal serta mengevaluasi efektivitas strategi yang telah diterapkan. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari UMKM yang diteliti, yaitu UMKM tempe kedelai, UMKM kerupuk nasi, UMKM jamu tradisional, dan UMKM jajanan tradisional (cenil lopis). Selain itu, pendekatan penelitian ini juga melibatkan pelatihan langsung kepada para pelaku UMKM dalam bentuk edukasi tentang perbaikan kemasan, pemasaran digital melalui media sosial, serta pemberian dukungan berupa alat bantu seperti botol kemasan dan label produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan adanya strategi pengembangan berbasis SWOT, para pelaku UMKM mampu memahami potensi bisnis mereka secara lebih baik dan mulai menerapkan strategi yang lebih efektif. Pemasaran melalui media sosial terbukti meningkatkan visibilitas produk, sementara inovasi dalam kemasan menjadikan produk lebih menarik bagi konsumen. Selain itu, pelatihan langsung yang diberikan juga mendorong pelaku UMKM untuk lebih aktif dalam mengembangkan usaha mereka secara mandiri. Kesimpulannya, strategi pengembangan UMKM berbasis analisis SWOT yang dikombinasikan dengan pelatihan langsung dan dukungan operasional terbukti efektif dalam meningkatkan kualitas dan pemasaran produk UMKM. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi program pengembangan UMKM di desa lain agar semakin banyak usaha kecil yang mampu bersaing di pasar yang lebih luas.

**Kata Kunci :** UMKM, strategi pengembangan, pemasaran digital, inovasi kemasan, analisis SWOT