

PENERAPAN ANALISIS SWOT DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN “SIOMAY PAK BLANGKON” JEMBER

Rahmat Cahyo Dinarso
pakgatot1f5@gmail.com
Universitas Muhammadiyah
Jember

Rudi Haryono
rudiharyono93@gmail.com
Universitas Muhammadiyah
Jember

Rendra Adi Dharma
rendraadidharma@gmail.com
Universitas Muhammadiyah
Jember

Hendra Kusuma
hendrakusuma1470@gmail.com
Universitas Muhammadiyah
Jember

Nurul Qomariah
nurulqomariah@unmuhjember.ac.id
Universitas Muhammadiyah
Jember

ABSTRACT

The increasingly fierce level of business competition currently means that business actors need to have a strategy in order to survive and develop. Companies and micro businesses need to implement effective marketing strategies to increase sales. This marketing strategy can also prepare yourself to face increasingly fierce competition from other competing businesses. By using a SWOT analysis, a business can determine what needs to be improved both internally and externally to ensure work operations run smoothly. This research aims to see the application of SWOT analysis to the factors that influence sales and to analyze the application of SWOT analysis in increasing the sales volume of "Siomay Pak Blangkon". The method used in this research is a literature review method using a qualitative descriptive writing system and an interview method by directly interviewing the owner of "Siomay Pak Blangkon". The results of the research show that with this SWOT analysis the strengths, weaknesses, opportunities and threats of Jember's "Siomay Pak Blangkon" micro business actors can be described. The strengths include: there are 2 dumpling menus, wet and dry, guaranteed quality, offline and online sales. The weaknesses are: short selling time, still using sidewalks for selling. The opportunities are: increasing population of Jember city, being able to sell online, strategic location. Meanwhile, the threats are: the emergence of new business actors, less stable economic conditions. Keywords: SWOT analysis; marketing strategy; sale; micro business. .

Keywords: SWOT analysis; marketing strategy; sale; micro business. .

1. PENDAHULUAN

Tingkat persaingan yang semakin ketat tekanannya telah memaksa setiap perusahaan ataupun pelaku usaha mikro untuk lebih kreatif dalam memformulasikan konsep pemasaran. Konsep pemasaran yang digunakan dapat dengan mengkombinasikan bauran marketing untuk mengantisipasi setiap peluang yang dihadapi. Strategi ini digunakan agar kelanjutan hidup suatu usaha dapat dipertahankan dan dikembangkan(Dinarso et al. 2024). Dengan demikian jelas bahwa

pemasaran menduduki posisi yang semakin menonjol dalam sistem bisnis. Oleh karena itu, para pelaku usaha harus dapat merangsang suatu strategi pemasaran yang kompetitif agar mampu bersaing dengan rekan bisnisnya (Haryono and Qomariah 2024). Faktor internal dan eksternal yang ada di lingkup perusahaan harus mendapatkan perhatian dan harus terus berupaya untuk dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan yang dihadapinya. Maka dari itu suatu strategi yang ditetapkan harus dapat disesuaikan dengan perubahan lingkungan yang semakin cepat.

Pak Blangkon merupakan seorang penjual Siomay yang berjualan di Jalan Kalimantan dengan rombongan. Dimana Pak Blangkon berusaha untuk menciptakan produk siomay yang memenuhi standar rasa sesuai lidah warga Jember, sehingga dapat dinikmati dan disukai oleh seluruh kalangan khususnya mahasiswa. Dalam mengantisipasi persaingan yang semakin ketat dan untuk pengembangan usaha serta meningkatkan penjualannya, maka Pak Blangkon perlu melakukan penerapan analisis SWOT, hal ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi oleh Siomay Pak Blangkon Jember tersebut.

Kekuatan yang dimiliki oleh Siomay Pak Blangkon tersebut adalah dengan melakukan pengawasan kualitas dan proses pemilihan bahan baku yang baik serta sangat menjaga kebersihan. Kelemahannya adalah kurangnya modal usaha dan tempat usaha sangat kecil. Siomay Pak Blangkon memiliki peluang dengan kemudahan pelanggan untuk menjangkau produk karena lokasi penjualannya dipinggir jalan, dan juga ditambah dengan adanya promosi yang diberikan melalui Aplikasi Gojek. Adapun ancaman yang dihadapi Siomay Pak Blangkon yaitu usaha sejenis yang ada di kota Jember serta munculnya pedagang kaki lima atau pujasera yang menjual berbagai macam menu makanan dan minuman dengan harga yang cenderung murah.

Pemasaran diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh setiap perusahaan dalam menyampaikan produk yang dihasilkan berupa barang atau jasa kepada konsumen (Kotler 2015). Suatu masyarakat membutuhkan beberapa macam sistem pemasaran untuk mengorganisasi kegiatan-kegiatan yang dapat menunjang usaha peningkatan taraf hidup masyarakat melalui pertukaran yang dibutuhkan (Qomariah 2016). Menurut (Tjiptono and Candra 2012), bahwa strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspetasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu. Menurut (Kartajaya 2014) bahwa strategi pemasaran secara umum ini, dapat dibedakan tiga jenis strategi pemasaran yang dapat ditempuh perusahaan yaitu : strategi pemasaran yang tidak membedakan pasar, strategi pemasaran yang membedakan, strategi pemasaran yang erkonsentrasi.

Pemasaran diartikan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh setiap perusahaan dalam menyampaikan produk yang dihasilkan berupa barang atau jasa kepada konsumen (Kotler 2015). Suatu masyarakat membutuhkan beberapa macam sistem pemasaran untuk mengorganisasi kegiatan-kegiatan yang dapat menunjang usaha peningkatan taraf hidup masyarakat melalui pertukaran yang dibutuhkan (Qomariah 2016). Menurut (Tjiptono and Candra 2012), bahwa strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspetasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran

terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu. Menurut (Kartajaya 2014) bahwa strategi pemasaran secara umum ini, dapat dibedakan tiga jenis strategi pemasaran yang dapat ditempuh perusahaan yaitu : strategi pemasaran yang tidak membeda-bedakan pasar, strategi pemasaran yang membeda-bedakan, strategi pemasaran yang erkonsentrasi.

Berdasarkan latar belakang maka rumusan masalahnya adalah “Apakah Penerapan analisis SWOT dapat mempengaruhi tingkat penjualan pada “Siomay Pak Blangkon”. Penelitian ini bertujuan untuk melihat penerapan analisis SWOT (Keunggulan, kelemahan, peluang dan ancaman) terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat penjualan pada Siomay Pak Blangkon. Dimana kegunaan penelitian yang diharapkan adalah untuk memberikan pandangan dan bahan referensi kepada perusahaan yang berminat memperdalam tentang penerapan analisis SWOT (Keunggulan, kelemahan peluang dan ancaman) dalam pemasaran dan peningkatan penjualan. Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan sebelumnya, maka hipotesis yang diajukan adalah : “ Penerapan Analisis SWOT yang dilakukan oleh Siomay Pak Blangkon diduga dapat meningkatkan tingkat penjualan,”

2. KERANGKA TEORITIS

Pengertian UMKM

UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) adalah suatu jenis usaha

yang memiliki modal awal atau nilai kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000,00 (belum termasuk tanah dan bangunan), hasil penjualan (omset) tahunan paling banyak hingga Rp 1 miliar, serta jumlah pekerja yang masih terbatas (kurang dari 100 orang) (Qomariah 2014).

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 tentang UMKM, disebutkan bahwa pengertian usaha mikro adalah unit usaha yang memiliki aset paling banyak Rp.50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan hasil penjualan tahunan paling besar Rp.300 juta. Adapun usaha kecil adalah unit usaha dengan nilai aset lebih dari Rp. 50 juta sampai dengan paling banyak Rp.500 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300 juta hingga maksimum Rp.2.500.000. Sedangkan Usaha menengah adalah perusahaan dengan nilai kekayaan bersih lebih dari Rp.500 juta hingga paling banyak Rp.100 milyar hasil penjualan tahunan di atas Rp.2,5 milyar sampai paling tinggi Rp.50 milyar

(<https://www.kajianpustaka.com/2021/12/umkm-usaha-mikro-kecil-menengah.html> 2021).

Pengertian Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2016), analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang terjadi dalam proyek atau di sebuah usaha bisnis, atau mengevaluasi lini-lini produk sendiri maupun pesaing. Menurut

Robinson and Pearce, (1997), analisis SWOT adalah cara sistematis untuk mengidentifikasi faktor-faktor dan strategi yang menggambarkan kecocokan paling baik di antara mereka. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan memaksimalkan kekuatan dan peluang meminimalkan kelemahan dan ancaman. Menurut Rachmat (2014), analisis SWOT adalah alat analisis yang ditujukan untuk menggambarkan situasi yang sedang dihadapi atau mungkin akan dihadapi oleh organisasi. Analisis ini didasarkan agar dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang, yang secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman).

Tujuan dan Manfaat Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2016), penerapan SWOT pada perusahaan bertujuan untuk memberikan suatu panduan agar perusahaan menjadi lebih fokus, sehingga dengan penempatan analisis SWOT dapat dijadikan sebagai perbandingan pikir dari berbagai sudut pandang, baik dari segi kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman. Tujuan lain dilakukannya analisis SWOT adalah dimana setiap produk yang ditawarkan pasti akan mengalami pasang surut atau yang lebih dikenal dengan istilah daur hidup produk (life cycle product).

Penelitian Terdahulu

Penelitian (Haryono and Qomariah 2024) dengan judul “SWOT Strategy for Increasing Sales at "Bakso Bangkit Jember". Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa analisis strategis yang dilakukan sangat efektif dan analisis SWOT diterapkan untuk meningkatkan omset pada usaha “Bakso Bangkit Jember” yaitu dengan melakukan inovasi dan modifikasi bahan, menjaga atau meningkatkan kualitas produk dan mempromosikan produk baik secara offline. dan daring

Penelitian (Hapsari 2016), dengan judul “Upaya Meningkatkan Kemampuan Pengambilan Keputusan Studi Lanjut Melalui Analisis SWOT Pada Siswa Kelas Xi Ipa 4 Di SMA Negeri 1 Sleman”. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya perbedaan hasil skor pre-test dan post-test, yaitu terdapat peningkatan skor pengambilan keputusan studi lanjut subjek pada setiap siklus. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi peningkatan kemampuan pengambilan keputusan studi lanjut secara signifikan pada siswa kelas XI IPA 4 setelah diberi tindakan menggunakan analisis SWOT. Hasil rata-rata skor subjek pada pra tindakan adalah 78,19, meningkat menjadi 90,69 pada siklus I. Pada siklus II rata-rata skor subjek meningkat menjadi 99,06, dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa kemampuan pengambilan keputusan studi lanjut siswa dapat ditingkatkan melalui analisis SWOT

Penelitian yang dilakukan oleh (Sebtika, Winarno, and Sugiyanto 2017), dengan judul “Evaluasi Program Pembelajaran Pendidikan Jasmani Olahraga Dan Kesehatan Menggunakan

Analisis SWOT”. Adapun hasil dari penelitian ini adalah hasil evaluasi dengan analisis SWOT program pembelajaran PJOK di SMA Negeri 1 Kesamben tergolong baik, sehingga program pembelajaran yang telah ada dapat dilanjutkan dengan catatan bahwa perlu adanya perbaikan lebih lanjut mengenai sarana prasarana, pelaksanaan dan proses penilaian pembelajaran khususnya mata pelajaran PJOK guna untuk menghadapi lembaga sekolah lain yang lebih unggul.

Penelitian oleh SMA Menggunakan Analisis SWOT: Studi Kasus SMA NRD, Jakarta, Indonesia”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang tepat bagi sekolah menengah atas NRD adalah melakukan pengembangan produk dengan cara meningkatkan kualitas guru, kurikulum dan fasilitas sekolah. Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang sudah pernah dilakukan sebelumnya yakni dari segi tujuan penelitian, metode dan lokus yang digunakan sebagai objek penelitian.

Penelitian yang dilakukan oleh (Hutagalung, Sari, and Hutasuhut 2020) dengan judul “Analisa SWOT Strategi Perencanaan Pemasaran Fakultas Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara”, dengan hasil penelitian adalah bahwa dalam penelitian ini akan menggunakan analisa SWOT yaitu dengan menganalisa kondisi perusahaan dan ancaman yang

dihadapi perusahaan dan kekuatan yang dimiliki perusahaan. Hasil dari penelitian ini berupa matrik pengembangan.

Penelitian oleh (Suryana 2020) “Analisis Swot Pada SMAS Plus Al-Bashariah Kabupaten Kotabaru (Sebuah Studi Kasus)”, dimana hasilnya adalah 1) Lokasi strategis. 2) infrastruktur yang dimiliki dan memadai. 3) Sekolah Menengah Atas "Ditambah". 4) Jumlah & kualifikasi pendidik dan non pendidik memadai. 5) Memiliki program kerja yang jelas. 6) Guru mempunyai komitmen yang tinggi terhadap prestasi. 7) Memiliki Laboratorium IPA. 8) Biaya kuliah gratis. Sedangkan faktor kelemahannya adalah: 1. Akreditasi sekolah. 2) Kemampuan dasar peserta didik baru rendah. 3) Rendahnya kedisiplinan siswa. 4) rendahnya pendapatan guru. 5) standar kenaikan kelas rendah. Kemudian dari faktor eksternal yang diidentifikasi faktor peluangnya adalah: 1) Bantuan pemerintah seperti Bantuan Operasional Sekolah (BOS) dan bangunan fisik. 2) Sekolah alternatif selain sekolah negeri. 3) kewenangan yayasan kepada pengelola dalam membuat program dan kebijakan sekolah. Untuk ancaman yang teridentifikasi terhadap sekolah yaitu: 1). Tingkat kepercayaan masyarakat rendah. 2) Belum adanya sekolah pesaing baik negeri maupun swasta. 3) orang tua siswa dari kalangan ekonomi menengah ke bawah. Lokasi sekolah yang strategis, fasilitas pendidikan, nama SMA “Plus”, kualifikasi dan komitmen pendidik, program kerja, biaya sekolah gratis menjadi faktor kekuatan internal yang menjadi modal dalam meningkatkan mutu dan daya saing sekolah. Sedangkan

kelemahan sekolah dari segi input, manajemen dapat diatasi dengan melakukan strategi perubahan kebijakan secara berkelanjutan dan meningkatkan prestasi akademik dan nonakademik sekolah. Peluang dukungan pemerintah dan yayasan menjadi aspek yang harus ditransformasikan menjadi kekuatan bagi pengembangan sekolah, sedangkan ancaman persaingan dengan sekolah lain menjadi tantangan untuk menjadikan sekolah berbeda dengan sekolah lain.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, peneliti terfokus pada pelaku usaha mikro “Siomay Pak Blangkon” Jember. Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis yakni deskriptif kualitatif. Karena data-data yang digunakan dalam analisis pengumpulan penelitian ini bersifat kualitatif. Tujuan penelitian kualitatif adalah untuk mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya tentang latar belakang subjek penelitian. Maka penelitian deskriptif disini merupakan sebuah teori untuk membantu menggambarkan segala objek kajian yang akan dimasukkan sesuai dengan judul penelitian. Objek yang peneliti ambil yakni berupa pelaku usaha mikro yang berada di Jalan Kalimantan (Depan Kantor PWI), Kecamatan Sumber Sari, Kabupaten Jember. Pelaku Usaha Mikro tersebut bernama “Siomay Pak Blangkon”. Yang mana Pak Blangkon menjual 2 jenis Siomay yaitu basah dan goreng dengan porsi standar dan

jumbo. Dalam penulisan ini, metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti yakni: wawancara. Sugiyono (2016) menyatakan bahwa wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data jika peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, serta juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Dalam penelitian ini, peneliti juga melakukan wawancara kepada pemilik “Siomay Pak Blangkon” dan istrinya yang bekerja pada usaha mikro tersebut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah Perusahaan

Siomay Pak Blangkon merupakan pelaku usaha mikro kuliner yang menjual Siomay basah dan goreng. Siomay Pak Blangkon saat ini berlokasi di Jalan Kalimantan (Depan Kantor PWI Jember) dengan memakai rombongan bermotor, Kelurahan Tegal Boto, Kecamatan Sumber Sari, Kabupaten Jember. Pak Blangkon pertama kali berjualan pada tahun 2007 dan berlokasi di Jalan Awalnya Siomay Pak Blangkon berjualan di Jalan Kalimantan di depan Gedung kosong milik Kementerian Keuangan Republik Indonesia, namun dengan berjalannya waktu gedung tersebut direhabilitasi (saat ini di tempati Kantor Bea dan Cukai), yang akhirnya Siomay Pak Blangkong harus berpindah lokasi yang saat ini ditempati. dimana lokasi ini tidak terlalu jauh dari tempat awal didirikan, sehingga tidak kehilangan pelanggan mereka. Dan kenyataannya Siomay Pak Blangkon masih berjalan hingga sekarang bahkan, pelanggannya

bertambah banyak. Siomay Pak Blangkon memiliki visi dan misi untuk memberikan sajian makanan yang enak, murah dengan kualitas terbaik, serta rasa khas yang konsisten hingga saat ini.

Hasil Analisis SWOT

Analisis Kekuatan

Yang menjadi kekuatan:

- a. Siomay Pak Blangkon membuat siomay sendiri dengan kombinasi ikan tenggiri, Telur dan Tahu pilihan, dan bumbu kacang yang berbeda dengan siomay pada umumnya serta menghasilkan cita rasa yang enak dan unik.
- b. Siomay Pak Blangkon memiliki 2 menu, yaitu Siomay basah dan goreng dengan 2 porsi yaitu Standar dan Jumbo.
- c. Melakukan pengawasan mutu yang ketat melalui proses pemilihan bahan baku berkualitas tinggi. Ini dilakukan untuk memastikan bahwa siomay yang dibuat memiliki rasa yang enak dan dapat menarik pelanggan serta sangat menjaga kebersihan.
- d. Sistem penjualan yang dilakukan oleh Siomay Pak Blangkon adalah dengan berjualan langsung dan online.

Analisis Kelemahan

Yang menjadi kelemahan adalah:

- a. Berjualan memakai fasilitas umum, diatas trotoar (Pedagang Kaki Lima) yang kemungkinan besar akan mengalami pengrusakan.
- b. Lokasi berjualan sangat panas dan durasi berjualan sangat pendek

yaitu mulai buka pukul 10.00 s/d 15.00.

- c. Siomay Pak Blangkon hanya memiliki seorang karyawan yaitu istrinya sendiri.
- d. Keterbatasan modal usaha.

Analisis Peluang

Yang menjadi peluang adalah:

- a. Jumlah orang yang tinggal dikota Jember atau bertambahnya mahasiswa dari daerah lain mungkin akan meningkatkan permintaan Siomay Pak Blangkon.
- b. Kemajuan teknologi membuat pelanggan dapat lebih mudah mendapatkan produk dan memanfaatkan banyak promosi yang di tawarkan oleh Siomay Pak Blangkon melalui aplikasi Gojek.
- c. Karena terletak di Wilayah Kampus Universitas Jember, lokasi Siomay Pak Blangkon sangat strategis sehingga pelanggan lebih mudah menemukannya.
- d. Menambahkan volume usaha dan memperpanjang durasi berjualan.

Analisis Ancaman

Yang menjadi ancaman adalah:

- a. Sampai saat ini, usaha yang serupa di kota Jember telah menjadi pesaing dari Siomay Pak Blangkon, serta munculnya pelaku usaha baru yang menawarkan usaha yang sejenis ataupun berbagai macam makanan dan minuman dengan harga yang relatif murah sehingga dapat diakses oleh semua kalangan.
- b. Keadaan ekonomi yang tidak stabil berdampak pada pendapatan perkapita orang Jember, menurunkan kemampuan mereka untuk membeli barang.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis SWOT di atas, strategi yang dapat diterapkan oleh ‘Siomay Pak Blangkon’ adalah sebagai berikut:

1. Menjaga dan meningkatkan kualitas produk.
2. Mempertahankan dan meningkatkan layanan kepada pelanggan, sehingga dapat mempertahankan pelanggan yang ada dan menarik pelanggan baru.
3. Menjaga kualitas rasa untuk menghadapi persaingan, berkonsentrasi pada pemasaran dengan membangun sistem manajemen yang baik.
4. Meningkatkan daya saing dengan bekerjasama dengan pihak lain.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis deskriptif maka kesimpulan dalam penelitian ini yaitu:

1. Mutu produk “Siomay Pak Blangkon” Jember harus selalu dijaga kualitasnya.
2. Kualitas layanan kepada pelanggan harus selalu dijaga agar pelanggan merasa puas terhadap produk “Siomay Pak Blangkon” Jember.
3. Citra merek “Siomay Pak Blangkon” Jember harus selalu ditingkatkan agar banyak lagi masyarakat Jember yang mengenal “Siomay Pak Blangkon” Jember.
4. Kuantitas jualan harus ditambah agar pendapatan meningkat.

5. Persaingan yang semakin meningkat harus memicu pelaku usaha untuk meningkatkan daya saing produk.

Hasil Penelitian ini untuk menambah pengetahuan khususnya tentang manajemen pemasaran sebagai bahan kajian dan di jadikan referensi mengenai konsep analisis SWOT dalam rangka meningkatkan penjualan pada UMKM.

Bagi pihak manajemen, akan mengetahui analisis SWOT yaitu tentang kekuatan dan kelemahan dari sisi internal perusahaan serta peluang dan ancaman dari sisi eksternal perusahaan.

Daftar Pustaka

DAFTAR PUSTAKA

- Dinarso, Rahmat Cahyo, Nursaid Nursaid, Nurul Qomariah, and Muhammad Thamrin. 2024. “Analysis of Marketing Mix Strategy in Order to Increase Sales in MSMEs.” *Budapest International Research and Critics Intitute Journal (BIRCI)* 7(1): 90–97. <https://doi.org/10.33258/birci.v7i1.7837%0A90>.
- Hapsari, Etta Emaculata. 2016. “Upaya Meningkatkan Kemampuan Pengambilan Keputusan Studi Lanjut Melalui Analisis Swot Pada Siswa Kelas Xi Ipa 4 Di Sma Negeri 1 Sleman.” *E-Journal Bimbingan dan Konseling* 5(10): 407–18. <https://journal.student.uny.ac.id/index.php/fipbk/article/view/4655>.
- Haryono, Rudi, and Nurul Qomariah. 2024. “SWOT Strategy for Increasing Sales at " Bakso Bangkit Jember ".” *Budapest International Research and Critics Intitute*

- Journal (BIRCI)* 7(1): 134–41.
<https://doi.org/10.33258/birci.v7i1.7844> 134.
- <https://www.kajianpustaka.com/2021/12/umkm-usaha-mikro-kecil-menengah.html>. 2021. “No Title.”
- Hutagalung, Fatma Sari, Indah Purnama Sari, and Budi Kurniawan Hutahut. 2020. “Analisa SWOT Strategi Perencanaan Pemasaran Fakultas Ilmu Komputer Dan Teknologi Informasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.” *InfoTekJar: Jurnal Nasional* ... 1: 4–7. <https://jurnal.uisu.ac.id/index.php/infotekjar/article/view/3230>.
- Kartajaya, Hermawan. 2014. *Marketing in Venus*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip. 2015. *Marketing an Introducing Twelfth Edition*. England: Pearson Education, Inc.
- Pearce II, Jhon A, Robinson Jr, and Richard B. 1997. *Manajemen Strategik: Formulasi, Implementasi Dan Pengendalian*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Qomariah, Nurul. 2014. *Ekonomi Skala Kecil Menengah Dan Koperasi*. Jember: Cahaya Ilmu. <https://scholar.google.com/scholar?cluster=112258519452519018&hl=en&oi=scholar>.
- . 2016. *Marketing Adactive Strategy*. Jember: Cahaya Ilmu. https://www.researchgate.net/publication/326623130_MARKETING_ADACTIVE_STRATEGY.
- Rachmat. 2014. *Manajemen Strategik*. Bandung: Pustaka Setia.
- Rangkuti, Fredy. 2016. *ANALISIS SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, Dan OCAI*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sebtika, Astrid Nanda, M. E. Winarno, and Sugiyanto Sugiyanto. 2017. “Evaluasi Program Pembelajaran Pendidikan Jasmani Olahraga Dan Kesehatan Menggunakan Analisis SWOT.” *Gelombang Pendidikan Jasmani Indonesia* 1(2): 219.
- Sugiyono. 2016. “Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif Dan R& D.” *Alfabetha Bandung*.
- Suryana, Rudy. 2020. “Analisis Swot Pada Smas Plus Al-Bashariah Kabupaten Kotabaru (Sebuah Studi Kasus).” *Cendekia: Jurnal Ilmiah Pendidikan* 8(2): 173–80. <http://ejurnal.stkip-pb.ac.id/index.php/jurnal/article/view/171/132>.
- Tjiptono, Fandy, and Gregorius Candra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Widjaja, W. 2020. “Strategi Pengembangan SMA Menggunakan Analisis SWOT: Studi Kasus SMA NRD, Jakarta, Indonesia.” *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis* 4(1): 103–16. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica>.