

## Penerapan Analisis SWOT pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi pada UMKM Pengrajin Genteng SP BLKT di Desa Bulokarto)

Rico Aldi Winata<sup>1</sup>, Naufal Sinatria<sup>2</sup>  
Program Studi S1 Akuntansi, Universitas Aisyah Pringsewu<sup>1,2</sup>  
e-mail: rikoaldi181@gmail.com

### ABSTRAK

Di era globalisasi, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam perekonomian Indonesia dengan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja. Meskipun demikian, banyak UMKM yang belum mengimplementasikan manajemen strategis, termasuk UMKM Pengrajin Genteng SP BLKT di Desa Bulokarto, Kabupaten Pringsewu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengidentifikasi strategi yang tepat bagi UMKM ini melalui analisis SWOT. Temuan menunjukkan bahwa UMKM Pengrajin Genteng SP BLKT memiliki kekuatan seperti lokasi strategis dan kualitas produk yang baik, namun menghadapi tantangan seperti modal besar dan persaingan ketat. Dengan strategi pemasaran yang lebih luas dan manajemen bisnis yang lebih baik, UMKM ini dapat meningkatkan daya saingnya. Analisis SWOT memberikan panduan untuk strategi yang dapat diimplementasikan, termasuk pemasaran digital, kolaborasi dengan pemborong, dan peningkatan kualitas produk. Kesimpulannya, penerapan analisis SWOT sangat penting bagi UMKM Pengrajin Genteng SP BLKT untuk merumuskan strategi yang efektif dan meningkatkan penjualan serta keberlanjutan usaha di masa depan.

**Kata kunci** : Analisis SWOT; Matriks SWOT; Strategi Pemasaran; UMKM.

### ABSTRACT

*In the era of globalization, Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in Indonesia's economy, significantly contributing to the Gross Domestic Product (GDP) and job absorption. However, many MSMEs have yet to implement strategic management, including the SP BLKT Tile Craftsmen MSME in Bulokarto Village, Pringsewu Regency. This study employs a descriptive qualitative approach to identify appropriate strategies for this MSME through SWOT analysis. The findings indicate that the SP BLKT Tile Craftsmen MSME has strengths such as a strategic location and good product quality but faces challenges such as high capital requirements and intense competition. By adopting broader marketing strategies and better business management, this MSME can enhance its competitiveness. SWOT analysis provides guidance for strategies that can be implemented, including digital marketing, collaboration with contractors, and improving product quality. In conclusion, the application of SWOT analysis is crucial for the SP BLKT Tile Craftsmen MSME to formulate effective strategies and improve sales and business sustainability in the future.*

**Keywords** : Marketing Strategy; MSMEs; SWOT Analysis; SWOT Matrix.

### PENDAHULUAN

Di era globalisasi, selain perkembangan teknologi di berbagai bidang, setiap usaha haruslah cepat dan tanggap dalam mengikuti perkembangan yang sedang terjadi. Terutama untuk usaha yang bergerak di bidang industri, produksi, pemasaran, dan penjualan haruslah memiliki strategi yang efektif untuk menghadapi tantangan yang muncul. Salah satunya yaitu Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

UMKM merupakan pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi. Namun, tingginya jumlah UMKM di Indonesia juga tidak terlepas

dari tantangan yang ada. UMKM ini tampak merupakan salah satu sektor usaha penyangga utama yang dapat menyerap banyak tenaga kerja.(www.ekon.go.id, diakses pada 13 Juli 2024)

Menurut Ezizwita et al., (2020) banyak UMKM yang belum memasukkan manajemen strategis dalam operasional perusahaannya. Hal ini terlihat dari pemeriksaan situasi dan setting yang tidak memadai, yang membuat mereka kurang ideal dalam bereaksi terhadap perubahan dan kesulitan. Secara sederhana, strategi sendiri bisa dipahami sebagai serangkaian keputusan penting yang dirancang untuk merencanakan dan melaksanakan berbagai rencana aksi dan penempatan sumber daya yang vital demi meraih tujuan dan sasaran (Kusbandono, 2019). Hal ini melibatkan perhatian khusus pada keunggulan yang dapat bersaing, membandingkan, dan menciptakan sinergi berkelanjutan ke arah, ruang lingkup, dan

perspektif jangka panjang ideal bagi individu atau organisasi secara keseluruhan (Ramadhan & Sofiyah, 2013). Analisis SWOT bisa diaplikasikan untuk memformulasikan strategi bisnis dalam konteks ini. Analisis SWOT, yang mencakup evaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, adalah suatu alat untuk memahami posisi dan situasi sebuah perusahaan. Pendekatan atau metode ini biasanya digunakan dalam merumuskan strategi bisnis.

Analisa SWOT pada dasarnya merupakan teknik identifikasi berbagai faktor dan unsur penentu pembangunan suatu institusi secara sistematis (Fadilah & Weriantoni, 2019; Ambarwati, 2020; Fakhurrizi, 2021). Analisa SWOT bertujuan untuk melakukan evaluasi kondisi lingkup kegiatan bersangkutan yang selanjutnya dapat pula digunakan untuk merumuskan strategi pembangunan institusi yang lebih tepat sesuai dengan kondisi dan potensi institusi bersangkutan (Abdussamad & Amala, 2016; Monika et al., 2021).

Di Desa Bulukarto Kabupaten Pringsewu juga terdapat beberapa UMKM yang bergerak di sektor industri, salah satunya adalah UMKM Pengrajin Genteng SP BLKT. UMKM ini bergerak di sektor industri yang memproduksi barang mentah menjadi barang jadi. UMKM ini merupakan usaha turun temurun yang dijalankan oleh keluarga. Semua produk yang dihasilkan adalah genteng yang siap dijual. Jika dilihat dari acuan dan karakteristik UMKM agar suatu usaha dapat bertahan memerlukan eksistensi produk dan juga strategi untuk mengembangkan produk tersebut.

Hasil observasi yang telah dilakukan, UMKM ini belum melakukan strategi pemasaran yang tepat. Namun jika dilihat dari lokasi, UMKM ini dapat dikatakan cukup strategis karena lokasi yang merupakan sentral UMKM Pengrajin Genteng yang ada di Desa Bulukarto, dan akses menuju lokasi UMKM sudah cukup baik, tetapi dengan munculnya pesaing yang sejenis merupakan suatu kendala bagi UMKM ini karena merupakan sentral UMKM genteng sehingga banyak sekali pesaing. Oleh karena itu UMKM ini harus mampu bertahan dan mempertahankan pangsa pasarnya dengan strategi yang efektif.

Untuk itu perlu digunakan analisis SWOT. Dengan penggunaan analisis ini nantinya UMKM ini dapat mengetahui posisi usaha dan alternatif

strategi pemasaran mana yang sesuai bagi UMKM ini. Untuk mampu bertahan menghadapi pesaing yang ada dan guna mempertahankan pangsa pasar yang ada, maka diperlukan strategi yang tepat.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif. Metode deskriptif kualitatif umumnya digunakan untuk menjawab pertanyaan mengenai siapa, apa, di mana, dan bagaimana suatu peristiwa atau pengalaman terjadi. Oleh karena itu, diperlukan penelitian mendalam untuk menggali pola dari peristiwa tersebut. Teknik pengumpulan data mencakup observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penelitian dilakukan pada UMK Pengrajin Genteng yang berlokasi di Desa Bulokarto, Kabupaten Pringsewu. Pendekatan analisis data dibagi menjadi tiga tahap; (1) Tahap pengumpulan data. Langkah ini melibatkan pengumpulan data serta penjelasan tentang kejadian yang sedang diselidiki; (2) Tahap analisis (matriks matriks SWOT). Langkah ini terjadi setelah mengumpulkan data pendukung; setelah semua informasi dikumpulkan, dimungkinkan untuk melanjutkan memasukkan semua informasi ke dalam analisis SWOT; dan (3) Tahap pengambilan keputusan. Setelah data ditinjau, banyak penilaian dapat dibuat berdasarkan keadaan perusahaan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

UMKM Pengrajin Genteng SP BLKT merupakan UMKM yang sudah ada sejak tahun 1995 dimana UMKM ini merupakan UMKM keluarga yang dijalankan secara turun temurun. UMKM Pengrajin Genteng SP BLKT adalah UMKM yang bergerak di bidang produksi barang mentah menjadi barang jadi atau bisa dikatakan UMKM ini merupakan usaha manufaktur Dalam sekali produksi membutuhkan waktu kurang lebih 2 sampai 3 bulan tergantung cuaca, dimana dalam sekali produksi menghasilkan sekitar 7000-8000 pcs genteng. Setiap 1.000 genteng dihargai sekitar Rp1.000.000 hingga Rp1.500.000 tergantung wilayah pengantaran genteng tersebut. Namun seringkali terjadi dalam UMKM ini dalam sekali produksi barang tidak terjual sama sekali.

## Lingkungan UMKM

Di Desa Bulukarto jenis usaha ini sudah cukup banyak, atau bisa dikatakan mayoritas penduduk desa ini memiliki usaha jenis ini. Oleh karena itu perlu strategi yang tepat agar dapat bersaing dengan yang lain. Namun dengan tekad yang kuat pemilik UMKM ini yakin bahwa rezeki tidak akan tertukar, sehingga walaupun banyak pesaing, pemilik UMKM tetap percaya dan yakin bahwa produknya akan tetap terjual, dimana rata-rata UMKM Pengrajin Genting di sini sudah memiliki pelanggan tetap.

## Kondisi Pasar

Jika melihat pesaing-pesaing yang bergerak di bidang usaha yang sama, memang cukup banyak. Tetapi dengan produk yang dihasilkan berupa genting yang berkualitas, pemilik usaha yakin mampu bersaing dan tetap laku di pasaran. Semua itu terbukti, ketika pesaing lain juga menyediakan produk yang sama banyak konsumen yang lebih memilih produk ini, karena lebih halus dan rapih.

## Strategi Pemasaran

UMKM Pengrajin Genting SP BLKT melakukan pemasaran hanya dari mulut ke mulut dan memasarkannya kepada pelanggan tetap. Dengan UMKM yang sudah memiliki pelanggan tetap, maka dapat dengan mudah pemilik UMKM menjual produknya, namun untuk mengantisipasi segala resiko maka selain memasarkan dengan pelanggan tetap dan dari mulut ke mulut maka perlu adanya strategi pemasaran yang lain seperti memasarkan melalui media social dan juga bisa bekerja sama dengan para pemborong, agar UMKM ini bisa berkembang

## Analisis SWOT

UMKM Pengrajin Genting SP BLKT dalam usahanya dikatakan cukup berkembang, hal tersebut ditandai dengan kemampuannya mempertahankan usahanya hingga saat ini. Bertahannya UMKM ini tentunya dipengaruhi oleh bagaimana strategi dari UMKM mempertahankan usahanya agar mampu bersaing di tengah perkembangan saat ini. Adapun strategi yang digunakan dalam mempertahankan UMKM ini dapat diilustrasikan berdasarkan kondisi UMKM, baik dari aspek kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang/kesempatan (*opportunities*), serta

ancaman (*threats*) yang dihadapi oleh UMKM Pengrajin Genting SP BLKT, yaitu sebagai berikut:

### 1. *Strengths* (Kekuatan)

Menurut (David & R, 2005) kekuatan adalah sumber daya, yaitu sumber daya, keterampilan atau kemampuan dan keunggulan yang dimiliki suatu perusahaan dibandingkan dengan pesaingnya. Kekuatan menciptakan keunggulan kompetitif bagi organisasi di pasar.

Kekuatan yang dimiliki disini adalah kekuatan-kekuatan yang secara umum dimiliki oleh pelaku usaha lainnya dalam menjalankan usahanya dan kekuatan ini memiliki pengaruh terhadap perkembangan UMKM ini, adapun kekuatan-kekuatan tersebut yaitu sebagai berikut:

#### a. Lokasi yang strategis

UMKM Pengrajin Genting SP BLKT didirikan di ujung Desa Bulukarto yang merupakan sentral dari UMKM Pengrajin Genting yang ada di desa ini. Hal ini tentu sangat mendukung perkembangan usaha, karena tempatnya yang sudah dikenal oleh banyak orang sebagai sentral pembuatan genting.

#### b. Harga yang bersaing

Pelanggan pada umumnya lebih menyukai harga yang cenderung sama dengan pesaing lainnya, oleh karena itu pemilik UMKM tidak akan menaikkan harga jika lingkungan tempat usaha belum berubah. Karena ini merupakan faktor yang sangat penting dengan harga yang sama maka dapat bersaing dengan pesaing lainnya, yang berbeda hanya dikualitas produknya.

#### c. Kualitas produk yang dihasilkan

Hasil produk dari UMKM ini berkualitas dari segi kerapihan dibandingkan dengan produk genting UMKM lain, hal ini dibuktikan dengan banyak pelanggan yang balik lagi untuk membeli genting di UMKM Pengrajin Genting SP BLKT ini.

#### d. Fleksibilitas layanan

Dalam hal pelayanan UMKM ini sangat baik dalam hal pelayanan terutama ketika menerima pesanan. Karena tidak jarang banyak pelanggan yang membayar di muka kepada UMKM Pengrajin Genting SP BLKT sebagai tanda jadi pemesanan genting. Dalam pengiriman barang pemilik UMKM akan melebihi

dari jumlah yang disepakati sebagai pengganti barang jika ada yang pecah atau rusak.

## 2. **Weakness (Kelemahan)**

Menurut (David & R, 2005) kelemahan adalah terbatasnya sumber daya yang ada di dalam perusahaan serta kemampuan dan kapasitasnya, yang secara langsung menurunkan tingkat kinerja perusahaan. Kelemahan tersebut antara lain buruknya fasilitas, dana yang tidak mencukupi, kemampuan manajemen dan lemahnya kemampuan pemasaran.

Kelemahan merupakan penghalang yang dihadapi oleh para pelaku usaha dalam mengembangkan serta melaksanakan aktivitas yang mempengaruhi laba yang diinginkan oleh UMKM. Adapun kelemahan-kelemahan tersebut antara lain:

### a. Modal yang besar dalam produksi

Modal yang besar dalam hal ini menjadi salah satu kelemahan bagi UMKM, mengingat modal yang digunakan adalah milik sendiri dan jika ingin menggunakan jasa pengkreditan seperti Bank atau non Bank pemilik UMKM tidak mau berurusan dengan yang namanya pengkreditan seperti itu.

### b. Tidak adanya manajemen bisnis

Setiap usaha akan berjalan dengan lancar dengan adanya manajemen untuk mengatur segala aktivitas yang akan dilakukan. Namun di UMKM Pengrajin Genting SP BLKT belum adanya manajemen dalam setiap kegiatan yang dilakukan. Oleh karena itu terkandung pemilik UMKM tidak mengetahui perubahan pasar.

### c. Banyak pesaing yang sama

Pesaing yang sama merupakan salah satu kelemahan yang dialami oleh UMKM ini, karena selain produk yang sama juga terkadang pesaing merebut pelanggan yang sudah berlangganan di UMKM Pengrajin Genting SP BLKT, walaupun dari segi kualitas lebih baik dari UMKM ini.

## 3. **Opportunities (Peluang/kesempatan)**

Menurut (David & R, 2005) peluang merupakan kondisi yang menguntungkan bagi suatu perusahaan. Peningkatan teknologi, peningkatan hubungan antara perusahaan dan pembeli merupakan salah satu gambaran kemungkinan yang dimiliki perusahaan..

Kondisi ini yaitu suatu keadaan yang mendukung atau memberikan kesempatan kepada UMKM Pengrajin Genting SP BLKT untuk tumbuh dan berkembang. Adapun kesempatan ini yaitu sebagai berikut:

### a. Pangsa pasar besar

Seiring dengan berjalannya waktu setiap orang pasti ingin mempunyai rumah sendiri, sehingga dalam hal ini bisa menjadi peluang bagi UMKM Pengrajin Genting SP BLKT mendapatkan pelanggan baru.

### b. Banyaknya permintaan

Banyaknya permintaan yang terkadang belum ada barangnya memberikan peluang yang cukup besar bagi pemilik UMKM dengan begitu dapat menghasilkan genting yang lebih banyak.

### c. Perluasan relasi

UMKM ini agar terus berkembang perlu adanya perluasan relasi, dengan berbekal kenal dengan pelanggan yang merupakan pemborong bangunan tidak menutup kemungkinan pemilik UMKM untuk menjalin relasi dengan pihak terkait agar lebih luas lagi dalam pemasaran produknya.

## 4. **Threats (Ancaman)**

Menurut (David dan R, 2005), ancaman adalah kondisi yang tidak baik atau menguntungkan bagi perusahaan. Ancaman merupakan gangguan terbesar terhadap posisi perusahaan saat ini atau yang diinginkan. Peraturan pemerintah yang baru atau yang diganti dapat menjadi salah satu ancaman terhadap kemampuan perusahaan dalam mencapai tujuannya.

UMKM Pengrajin Genting SP BLKT mengidentifikasi beberapa perkembangan tersebut sebagai sebuah ancaman bagi keberlangsungan UMKM. Adapun beberapa hal yang dianggap sebagai ancaman bagi keberlangsungan UMKM Pengrajin Genting SP BLKT.

### a. Banyak pesaing baru

Pesaing baru menjadi salah satu ancaman bagi keberlangsungan UMKM Pengrajin Genting SP BLKT, apabila pesaing tersebut lebih bisa memberikan layanan yang baik seperti kualitas produk dan harga yang lebih murah, tentu hal ini nantinya akan sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan UMKM Pengrajin Genting SP BLKT.

- b. Semakin mahalnya bahan baku  
Kondisi ekonomi saat ini mengakibatkan semua harga bahan mengalami peningkatan. Tentu kondisi ini nantinya juga akan memberikan ancaman bagi UMKM. Seperti semakin besarnya biaya operasional yang harus dikeluarkan
- c. Ada barang substitusi  
Dengan berkembangnya zaman banyak barang pengganti genting seperti asbes, baja ringan, dan lainnya yang menjadikan ini sebagai ancaman bagi pemilik UMKM.

### Analisis Strategi

Dari hasil analisis yang telah dilakukan maka UMKM Pengrajin Genting SP BLKT perlu adanya strategi yang tepat dalam menjalankan usahanya. Melihat dari analisis SWOT dalam UMKM Pengrajin Genting SP BLKT maka strategi yang tepat diterapkan dalam kegiatan usahanya antara lain:

1. Melakukan pemasaran yang lebih luas dengan memanfaatkan teknologi seperti media social untuk memasarkan atau mempromosikan produk.
2. Meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk agar pelanggan tidak pindah ke UMKM lain yang sejenis.
3. Meningkatkan kerja sama antar UMKM yang sejenis, misalnya melakukan promosi bersama dengan begitu semakin banyak peluang mendapatkan pelanggan.
4. Mulai memajemen setiap kegiatan agar lebih terorganisir.
5. Mempertahankan harga sesuai dengan kondisi pasar.
6. Melakukan kerja sama dengan penjual bahan baku selain mendapatkan harga terbaik tanpa menurunkan kualitas.
7. Memperluas relasi dengan para pemborong bangunan agar setiap produk yang siap dijual bisa langsung di jual kepada pemborong bangunan.
8. Membuat perencanaan untuk produksi dan pembukuan setiap kali produksi.
9. Menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan.

### Matriks SWOT

Matriks SWOT merupakan alat untuk mencocokkan sehingga membantu perusahaan meningkatkan 4 jenis strategi yang berupa

strategi SO (*Strength-Opportunities*), strategi WO (*Weakness-Opportunities*), strategi ST (*Strength-Threats*), dan strategi WT (*Weakness-Threats*). (David & Fred, 2010).

#### 1. Strategi SO (*Strength-Opportunities*)

Menurut (David dan R, 2005), strategi ini menggunakan kekuatan internal organisasi untuk mencapai kesuksesan melalui peluang yang ditemukan dalam organisasi. Organisasi menerapkan strategi WO, ST dan WT untuk mencapai kondisi dimana perusahaan menggunakan strategi SO. Ketika suatu organisasi atau perusahaan menghadapi banyak ancaman, maka perusahaan berusaha menghindarinya untuk memanfaatkan peluang yang ada.

Strategi yang disusun berdasarkan analisis ini adalah:

- a. Perluasan tempat usaha
- b. Meningkatkan penjualan produk
- c. Memperbanyak pelanggan

#### 2. Strategi WO (*Weakness-Opportunities*)

Menurut (David dan R, 2005), Strategi ini digunakan sebagai strategi untuk mengatasi kelemahan internal perusahaan dengan memanfaatkan peluang eksternal. Biasanya ketika ada peluang besar, ada hal-hal yang menghalangi perusahaan untuk memanfaatkan peluang tersebut. Hal ini disebabkan oleh kelemahan internal perusahaan.

Strategi yang disusun berdasarkan analisis ini adalah:

- a. Bekerjasama dengan UMKM sejenis dan supplier bahan baku.
- b. Membuat rencana produksi.

#### 3. Strategi ST (*Strength-Threats*)

Menurut (David dan R, 2005), *strenght* merupakan kekuatan atau kekuatan pendorong perusahaan dalam memitigasi ancaman dari luar perusahaan. Situasi ini tidak berarti bahwa perusahaan yang kuat terus-menerus mengalami ancaman dari lingkungan eksternal.

Strategi yang disusun berdasarkan analisis ini adalah:

- a. Meningkatkan dan mempertahankan kualitas produk.
- b. Menjalin hubungan baik dengan supplier bahan baku.

#### 4. Strategi WT (*Weakness-Threats*)

Menurut (David dan R, 2005), Strategi ini merupakan suatu metode defensif yang bertujuan untuk menghindari kelemahan internal perusahaan dan mencegah ancaman dari luar perusahaan. Ketika perusahaan menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan yang berada pada keadaan yang sangat berbahaya. Perusahaan yang melewatinya mungkin harus bertahan hidup melalui merger, kebangkrutan, atau likuidasi.

Strategi yang disusun berdasarkan analisis ini adalah:

- a. Menggunakan jasa pengkreditan
- b. Memperkuat usaha dan membuat manajemen bisnis untuk kelncaran usaha.

#### SIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa UMKM Pengrajin Genting SP BLKT belum menerapkan analisis SWOT dengan baik sehingga UMKM belum bisa menerapkan strategi yang tepat dalam penjualan produknya. Oleh karena itu, untuk meningkatkan penjualan UMKM Pengrajin Genting SP BLKT perlu menerapkan analisis SWOT agar UMKM ini dapat bertahan di kala perkembangan saat ini. Dengan analisis SWOT UMKM Pengrajin Genting SP BLKT dapat melihat kondisi pasar saat ini dan dapat melakukan perencanaan strategi dikedepannya. Dan dari matriks SWOT maka UMKM Pengrajin Genting SP BLKT dapat memanfaatkan seluruh strategi yang terdapat dalam matriks, karena selain meningkatkan penjualan juga dapat memberikan perencanaan usaha untuk kedepannya, sehingga usaha ini dapat berkembang menjadi lebih baik lagi.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. and Amala, R., (2016). Strategi Pemerintah Daerah dalam Meningkatkan Kinerja Pelayanan Publik di Lingkungan Sekretariat Daerah Kabupaten Bolaang Mongondow Utara. *Jurnal Manajemen*,20(2), pp.262-277.
- Ambarwati, D., (2020). Pengelolaan Produk Tabungan Pada Pt. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat Dan Banten Kantor Cabang Pembantu Pamanukan Kabupaten Subang. *The World of*

*Financial Administration Journal*.2(1), pp. 22-36

- David, F. R. (2005). *Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ezizwita, E., Srihasnita, R., & Maivalinda, M. (2020). Strategi Penguatan Manajemen Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pada Industri Pengolahan Makanan Ringan di Kecamatan Magek Kabupaten Agam Sumbar. *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah Menara ILMU*, 14(2).
- Fadilah, N. and Weriantoni, W., (2019). Analisis Potensi Agrowisata Nagari Batuhampar Kecamatan Akabiluru Kabupaten 50 Kota. *JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, 4(1), pp.29-41.
- Fakhrurrazi, F., (2021). Konsep Berpikir Sistemik Dalam Penyusunan RencanaStrategis. *Jurnal Isema: Islamic Educational Management*,6(1), pp.13-24.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2021). UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia, <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>. (diakses pada 13 Juli 2024).
- Kusbandono, D. (2019). Analisis Swot Sebagai Upaya Pengembangan dan Penguatan Strategi Bisnis (Pada UD. Gudang Budi, Kec. Lamongan).*Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen (JPIM)*, 4(2), 921–932.
- Monika, Y., Pudjianto, P. and Rasidar, R.,n. (2021). Strategi Peningkatan Penerimaan Pajak Bumi Dan Bangunan Perdesaan Dan Perkotaan Pada Badan Keuangan Daerah Kota Pontianak. *Publika Jurnal Ilmu Administrasi Negara (e-Journal)*,10(3), pp. 1-17.
- Ramadhan, A., & Sofiyah, F. R. (2013). Analisis SWOT sebagai landasan dalam menentukan strategi pemasaran (studi McDonald's Ring Road ). *Media Infromasi Manajemen*, 1(4).