

## Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Potensi Daerah Melalui Keunggulan Bersaing Menggunakan Metode SWOT dan QSPM

Narto<sup>1\*</sup>, Gatot Basuki HM<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Qomaruddin, Gresik

<sup>2</sup>Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya

\*Email: [nartonazriel@gmail.com](mailto:nartonazriel@gmail.com)

### Abstrak

UMKM sebagai penggerak perekonomian nasional mampu bertahan dalam segala kondisi yang dihadapi. UMKM berbasis pengolahan hasil tambak adalah salah satu sektor industri kreatif yang dihasilkan dari potensi daerah yang ada di pesisir. Kekayaan hasil perikanan yang besar sebagai faktor pendukung dalam keberlangsungan UMKM di Desa Mengare Gresik. Adanya pandemi Covid-19 mengakibatkan turunnya tingkat penjualan dan nilai jual produk secara global. Untuk itu dibutuhkan analisis terhadap faktor internal dan eksternal dalam meningkatkan keunggulan bersaing UMKM dimasa akan datang. Analisis SWOT dan QSPM digunakan untuk mengetahui kondisi UMKM dan menyusun strategi alternatif untuk meningkatkan keunggulan bersaing. Analisis menunjukkan skor IFAS sebesar 3,5937 dan skor EFAS sebesar 3,7133. Posisi UMKM Desa mengare berada pada kuantan 1. Hasil analisis menggunakan teknik QSPM diperoleh bahwa strategi alternatif yang menjadi prioritas adalah strategi pertama dengan nilai skor TAS sebesar 2,20270 yaitu Meningkatkan penjualan dengan memperluas segmentasi pasar melalui digitalisasi marketing.

**Kata kunci:** Strategi Pengembangan, Keunggulan Bersaing, Industri Kreatif, SWOT, QSPM

### PENDAHULUAN

Wilayah Indonesia terdiri dari gugusan pulau yang memiliki garis pantai terpanjang di dunia dengan potensi alam melimpah. Wilayah pesisir merupakan daerah yang mempunyai potensi besar untuk dikelola karena kekayaan hasil perikanan yang sangat besar (Anggarini, Pratiwi, and Hernovianty 2019). Salah satu kekayaan sumber daya alam hayati dengan sumber daya hasil perikanan yang besar. Sektor perikanan memberikan kontribusi pendapatan negara yang sangat tinggi, bagian dari ketahanan pangan nasional sebagai komoditi unggulan untuk pendukung komoditas ekspor (Caroline and Lahindah 2018). Perekonomian nasional sangat dipengaruhi oleh kondisi kegiatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang selalu konsisten untuk mengembangkan usaha sebagai wadah untuk menciptakan lapangan pekerjaan (Jefri and Ibrohim 2021). Tingginya potensi yang dimiliki sektor perikanan, khususnya hasil pengolahan tambak ikan di daerah pesisir membuat pemerintah mulai memberikan perhatian dan dukungan untuk pengembangan usaha (Hanafie, Syarifuddin, and Kasmarullah 2020).

UMKM sektor Perikanan yang berada di pesisir menjadi industri utama dalam pengolahan hasil perikanan nasional (Chairul Pua Tingga and Zainal Arifin Pua Geno 2021). Potensi daerah Kabupaten Gresik dengan wilayah daratan seluas 1.174 km<sup>2</sup> yang terbagi atas wilayah Pulau Jawa seluas 977,80 km<sup>2</sup> dan Pulau Bawean seluas 196,20 km<sup>2</sup> merupakan salah satu daerah di Jawa Timur yang memiliki potensi perikanan cukup besar. Hal ini didukung dengan panjang pantai ±140 km serta hamparan area tambak seluas 27.969,88 Ha, yang meliputi tambak payau seluas 18.587,69 Ha dan tambak tawar 9.382,19 Ha, hal inimenjadi sumber bahan baku dalam pengembangan UMKM berbasis hasil budidaya perikanan (BPS 2020).

Desa Mengare Gresik merupakan daerah pesisir yang memiliki potensi unggulan dalam pengolahan perikanan air tawar dan air asin. Dengan luas wilayah hampir seluruhnya adalah area tambak ikan, menjadikan Desa Mengare mampu menghasilkan ikan dengan kualitas dan kuantitas yang tinggi. Masyarakat diwilayah tersebut mayoritas sebagai petani tamnak dan pengelolah hasil tambak yang dijadikan produk UMKM khas Gresik, kegiatan UMKM tersebut mampu memberikan nilai tambah pendapatan perekonomian masyarakat sekitar (Narto, Djunianto, and HM 2022). Kendala dihadapi UMKM saat terjadi pandemi Covid-19, adanya pembatasan pergerakan dan mobilitas seluruh sektor mengakibatkan turunnya tingkat pendapatan UMKM. Kendala lain yang menjadi penghambat pengembangan UMKM adalah sektor permodalan dan pemasaran serta teknologi proses produksi yang sangat terbatas, ditambah dengan belum adanya pola kemitraan yang dibangun dengan pemerintah daerah (Ernawati 2021). UMKM berperan memberikan

kontribusi aktif dalam mengurangi tingkat pengangguran di suatu wilayah (Ikhsani and Santoso 2020). Dari beberapa masalah tersebut dibutuhkan strategi pengembangan UMKM untuk meningkatkan daya saing usaha (David 2016). Keunggulan bersaing usaha dibutuhkan untuk menghadapi kondisi yang tidak menentu seperti kondisi sosial politik, ekonomi global sehingga perusahaan harus mampu mengambil langkah-langkah strategis dalam mencapai tujuan (Robinson and Acemoglu 2012).

Strategi pengembangan usaha UMKM berbasis teknologi menjadi faktor yang sangat mendukung sesuai dengan perkembangan industri, pengelolaan bahan baku untuk mencapai hasil produk yang berkualitas sangat menentukan keunggulan bersaing (Rahmawati, Idsan, and Purnamawati 2022). Pengendalian kualitas produk melalui inovasi produk baru dan pemberdayaan sumber daya manusia menjadi faktor penentu dalam keunggulan bersaing UMKM (Inayah, Andesta, and Ismiah 2021). Beberapa penelitian tentang strategi pengembangan UMKM, orientasi dalam menganalisis faktor internal dan eksternal dengan menggunakan metode SWOT sangat dibutuhkan untuk mengetahui kondisi perusahaan saat ini (Rangkuti 2018). Meningkatkan daya saing dan membangun pangsa pasar merupakan salah satu strategi yang dibutuhkan dalam menghadapi situasi perubahan ekonomi global (Meyer, Philipp, and Gerlitz 2020). Tujuan penelitian adalah menyusun strategi pengembangan UMKM dengan meningkatkan daya saing usaha berbasis potensi daerah.

## BAHAN DAN METODE

Sebagai obyek dalam penelitian ini adalah UMKM yang mengelola tambak perikanan di Desa Mengare Gresik sebagai bagian dari produk unggulan. Pengamatan dilakukan mulai dari proses pengelolaan produk sampai pemasaran produk. Tahap awal penelitian dengan melakukan observasi melalui wawancara terhadap pelaku UMKM dari pengolahan bahan baku sampai proses pemasaran produk. Tahap kedua yaitu menyebarkan kuesioner dengan menggunakan skala likert untuk memperoleh data secara kuantitatif terhadap bobot dan rating masing-masing faktor internal dan eksternal dengan menyusun matrik IFAS dan EFAS. Kemudian selanjutnya tahap ketiga dilakukan pengolahan data dengan melakukan tabulasi hasil kuesioner untuk mendapatkan skor faktor internal dan eksternal, kemudian menyusun matrik IE (Internal – Eksternal). Setelah diketahui posisi perusahaan saat ini dari matrik IE, maka selanjutnya disusun strategi pengembangan menggunakan tabel SWOT. Hasil strategi pengembangan kemudian dipilih dengan menggunakan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) dengan menghitung nilai bobot TAS (*Total Attractiveness Score*).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Mengare mempunyai beberapa potensi diantaranya yaitu budidaya dan pengolahan. Pada sektor perikanan budidaya, ikan bandeng merupakan ikan yang menjadi prioritas dalam usaha budidaya tersebut. Produksi ikan bandeng di desa mengare mampu menghasilkan  $\pm 6$  ton perharinya atau 2.190 Ton pertahun ikan bandeng segar (BPS 2014). Dalam rangka menampung ikan hasil budidaya yang melimpah tersebut maka dilakukan usaha pengolahan ikan yang terdiri atas otak otak bandeng, krupuk bandeng, bandeng sapit. Adanya Pandemi Covid-19 tahun 2020, mengakibatkan perubahan model pemasaran dan tingkat konsumsi masyarakat. Hal ini tentu saja sangat berpengaruh terhadap tingkat penjualan produk hasil olahan UMKM dari Desa Mengare. Untuk itu dibutuhkan analisis tentang bagaimana meningkatkan keunggulan bersaing ditengah Pandemi Covid-19.

Analisis Internal dilakukan dengan menyusun Matrik *Internal Strategic Factors Analysis Summary* (IFAS) untuk mengetahui faktor-faktor kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh UMKM. Faktor kekuatan merupakan faktor yang mampu mendukung keberlangsungan usaha UMKM dalam mengelola usaha, sedangkan faktor kelemahan merupakan faktor penghambat yang dihadapi UMKM.

Pengumpulan data diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner di UMKM Pengolahan ikan bandeng di Desa Mengare. Kuesioner digunakan untuk mengukur faktor internal dan eksternal, kuesioner internal (kekuatan, kelemahan) dan kuesioner eksternal (peluang dan ancaman). Hasil penyusunan matrik IFAS ditunjukkan pada tabel 1 dibawah ini.

Tabel 1. Matrik IFAS

No	Faktor - faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
<b>Kekuatan</b>				
1	Olahan ikan bandeng berasal dari ikan bandeng segar dan berkualitas baik	0,1047	3	0,3141

No	Faktor - faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
2	Harga produk ditentukan oleh pengusaha	0,0853	3	0,2559
3	Olahan ikan tersedia terus – menerus	0,0698	3	0,2094
4	Kemasan produk terstandar kesehatan	0,1047	4	0,4188
5	Dukungan moda transportasi untuk penjualan	0,1008	4	0,4032
6	Adanya merk dari olahan ikan bandeng	0,1047	4	0,4188
<b>Sub Total</b>		<b>0,5700</b>		<b>2,0202</b>
<b>Kelemahan</b>				
1	Teknologi pengolahan produk yang masih sederhana	0,0620	3	0,1860
2	Promosi pemasaran terbatas	0,0736	4	0,2944
3	Ketersediaan tenaga kerja untuk pemasaran yang terbatas	0,0853	3	0,2559
4	Kuantitas bahan baku tergantung kondisi cuaca	0,0814	4	0,3256
5	Varian produk dari ikan badeng sangat terbatas	0,0581	4	0,2324
6	Ketebatasan modal untuk mengembangkan usaha	0,0698	4	0,2792
<b>Sub Total</b>		<b>0,4302</b>		<b>1,5735</b>
<b>TOTAL</b>		<b>1</b>		<b>3,5937</b>

Hasil perhitungan diperoleh bahwa skor untuk faktor kekuatan adalah sebesar 2,0202 sedangkan untuk faktor kelemahan skor sebesar 1,5735 dengan total skor faktor internal sebesar 3,5937.

Matrik *Eksternal Strategic Factors Analysis Summary* (EFAS) merupakan hasil identifikasi faktor eksternal untuk peluang ancaman yang dapat mempengaruhi UMKM. Matrik EFAS mengetahui kondisi peluang dan ancaman yang dimiliki oleh UMKM dimasa mendatang. Hasil penyusunan matrik EFAS ditunjukkan pada tabel 2 berikut ini.

**Tabel 2.** Matrik EFAS

No	Faktor - faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
<b>Peluang</b>				
1	Kerjasama dengan paguyuban UMKM	0,1079	4	0,4316
2	Bantuan modal usaha dari pemerintah daerah	0,1203	4	0,4812
3	Perkembangan teknologi informasi sebagai media pemasaran	0,1120	3	0,3360
4	Memiliki Nomor Ijin Berusaha (NIB) dari pemerintah daerah	0,1120	4	0,4480
5	Produk hasil olahan UMKM mudah di peroleh masyarakat	0,1079	4	0,4316
<b>Sub Total</b>		<b>0,5601</b>		<b>2,1284</b>
<b>Ancaman</b>				
1	Adanya fluktuatif harga bahan baku dari supplier	0,0830	3	0,2490
2	Perubahan konsumsi dan tingkat ekonomi masyarakat	0,0871	4	0,3484
3	perubahan teknologi informasi yang cepat	0,0913	3	0,2739
4	Munculnya pesaing usaha sejenis di daerah sekitar	0,0871	4	0,3484
5	Kapasitas bahan baku semakin turun akibat penyusutan lahan	0,0913	4	0,3652
<b>Sub Total</b>		<b>0,4398</b>		<b>1,5849</b>
<b>TOTAL</b>		<b>1</b>		<b>3,7133</b>

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh bahwa faktor peluang diperoleh skor sebesar 2,1284 dan faktor ancaman diperoleh skor sebesar 1,5849 dengan skor total faktor eksternal sebesar 3,7133. Langkah selanjutnya yaitu menyusun matrik IE (Internal-Eksternal) untuk mengetahui posisi UMKM saat ini, seperti ditunjukkan pada Gambar 1 dibawah ini.

**Tabel 3.** Matrik IE (Internal – Eksternal)

Skor EFAS (3,7133)				
		Kuat (3-4)	Sedang (2-2,99)	Lemah (1-1,99)
Skor IFAS (3,5937)	Tinggi (3-4)	I	II	III
	Sedang (2-2,99)	IV	V	VI
	Lemah (1-1,99)	VII	VIII	IX

Berdasarkan hasil penyusunan Matrik IE, diketahui bahwa posisi UMKM di Desa Mengare saat ini berada pada posisi kuadran I (Tinggi-Kuat). Hal ini menunjukkan bahwa strategi yang mampu meningkatkan keunggulan bersaing untuk UMKM Desa Mengare adalah strategi pertumbuhan, dimana UMKM harus mampu mencapai pertumbuhan untuk meningkatkan penjualan, aset, profit, maupun kombinasi ketiganya. Selanjutnya penyusunan strategi alternatif untuk mendukung keunggulan bersaing menggunakan tabel SWOT, seperti disajikan pada tabel 4 dibawah ini.

**Tabel 4.** Matrik SWOT

<p>IFAS</p> <p style="text-align: center;">EFAS</p>	<p><b>Strength</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Olahan ikan bandeng berasal dari ikan bandeng segar dan berkualitas baik</li> <li>2. Harga produk ditentukan oleh pengusaha</li> <li>3. Olahan ikan tersedia terus – menerus</li> <li>4. Kemasan produk terstandar kesehatan</li> <li>5. Dukungan moda transportasi untuk penjualan</li> <li>6. Adanya merk dari olahan ikan bandeng</li> </ol>	<p><b>Weaknesses</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Teknologi pengolahan produk yang masih sederhana</li> <li>2. Promosi pemasaran terbatas</li> <li>3. Ketersediaan tenaga kerja untuk pemasaran yang terbatas</li> <li>4. Kuantitas bahan baku tergantung kondisi cuaca</li> <li>5. Varian produk dari ikan badeng sangat terbatas</li> <li>6. Ketebatasan modal untuk mengembangkan usaha</li> </ol>
<p><b>Opportunities</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kerjasama dengan paguyuban UMKM</li> <li>2. Bantuan modal usaha dari pemerintah daerah</li> <li>3. Perkembangan teknologi informasi sebagai media pemasaran</li> <li>4. Memiliki Nomor Ijin Berusaha (NIB) dari pemerintah daerah</li> <li>5. Produk hasil olahan UMKM mudah di peroleh masyarakat</li> </ol>	<p><b>Strategi (S-O)</b></p> <p>Meningkatkan penjualan dengan memperluas segmentasi pasar melalui digitalisasi marketing (S<sub>1</sub>,S<sub>2</sub>,S<sub>3</sub>,O<sub>1</sub>,O<sub>2</sub>,O<sub>3</sub>)</p>	<p><b>Strategi (W-O)</b></p> <p>Meningkatkan kualitas produk dengan melakukan inovasi pengembangan produk (W<sub>1</sub>,W<sub>2</sub>,W<sub>3</sub>,W<sub>5</sub>,O<sub>4</sub>,O<sub>5</sub>)</p>
<p><b>Threats</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adanya fluktuatif harga bahan baku dari supplier</li> <li>2. Perubahan konsumsi dan tingkat ekonomi masyarakat</li> <li>3. Perubahan teknologi informasi yang cepat</li> <li>4. Munculnya pesaing usaha sejenis di daerah sekitar</li> <li>5. Kapasitas bahan baku semakin turun akibat penyusutan lahan</li> </ol>	<p><b>Strategi (S-T)</b></p> <p>Membuat kemasan produk yang lebih menarik dengan standarisasi BPOM untuk menarik minat pelanggan (S<sub>4</sub>,S<sub>5</sub>,S<sub>6</sub>,T<sub>1</sub>,T<sub>2</sub>,T<sub>3</sub>)</p>	<p><b>Strategi (W-T)</b></p> <p>Melakukan kerjasama dengan supplier bahan baku untuk mendapatkan harga bahan baku yang kompetitif dan (W<sub>4</sub>,W<sub>6</sub>,T<sub>4</sub>,T<sub>5</sub>)</p>

Penyusunan matrik SWOT menghasilkan empat strategi alternatif yang akan digunakan dalam strategi pengembangan UMKM yang mampu meningkatkan keunggulan bersaing di Desa Mengare. Stratei alternatif tersebut diantaranya yaitu (1) Meningkatkan penjualan dengan memperluas segmentasi pasar melalui digitalisasi marketing, (2) Meningkatkan kualitas produk dengan melakukan inovasi pengembangan produk, (3) Membuat kemasan produk yang lebih menarik dengan standarisasi BPOM untuk menarik minat

pelanggan, (4) Melakukan kerjasama dengan supplier bahan baku untuk mendapatkan harga bahan baku yang kompetitif. Selanjutnya untuk mengukur dan memilih strategi mana yang sangat berpengaruh terhadap keunggulan bersaing, maka dilakukan pengukuran menggunakan teknik QSPM. Pengukuran diawali dengan menentukan nilai AS (*Attractiveness Score*) masing-masing faktor, selanjutnya dapat diperoleh nilai TAS (*Total Attractiveness Score*) yang merupakan hasil nilai bobot dikali dengan AS (*Attractiveness Score*). Hasil perhitungan QSPM ditunjukkan pada tabel 5 berikut ini.

Tabel 5. Matrik QSPM

No.	Faktor	Bobot	Strategi							
			1		2		3		4	
			A S	TAS	A S	TAS	A S	TAS	A S	TAS
Kekuatan	Olahan ikan bandeng berasal dari ikan bandeng segar dan berkualitas baik	0,1047	4	0,41880						
	Harga produk ditentukan oleh pengusaha	0,0853	3	0,25590						
	Olahan ikan tersedia terus – menerus	0,0698	4	0,27920						
	Kemasan produk terstandar kesehatan	0,1047				4	0,4188			
	Dukungan moda transportasi untuk penjualan	0,1008				3	0,3024			
	Adanya merk dari olahan ikan bandeng	0,1047				3	0,3141			
Kelemahan	Teknologi pengolahan produk yang masih sederhana	0,0620			4	0,248				
	Promosi pemasaran terbatas	0,0736			4	0,2944				
	Ketersediaan tenaga kerja untuk pemasaran yang terbatas	0,0853			3	0,2559				
	Kuantitas bahan baku tergantung kondisi cuaca	0,0814						4	0,3256	
	Varian produk dari ikan badeng sangat terbatas	0,0581			4	0,2324				
	Ketebatasan modal untuk mengembangkan usaha	0,0698						3	0,2094	
Peluang	Kerjasama dengan paguyuban UMKM	0,1079	4	0,43160						
	Bantuan modal usaha dari pemerintah daerah	0,1203	4	0,48120						
	Perkembangan teknologi informasi sebagai media pemasaran	0,1120	3	0,33600						
	Memiliki Nomor Ijin Berusaha (NIB) dari pemerintah daerah	0,1120			3	0,336				
	Produk hasil olahan UMKM mudah di peroleh masyarakat	0,1079			3	0,3237				
Ancaman	Adanya fluktuatif harga bahan baku dari supplier	0,0830					3	0,249		
	Perubahan konsumsi dan tingkat ekonomi masyarakat	0,0871					3	0,2613		
	perubahan teknologi informasi yang cepat	0,0913					3	0,2739		
	Munculya pesaing usaha sejenis di daerah sekitar	0,0871						3	0,2613	
	Kapasitas bahan baku semakin turun akibat penyusutan lahan	0,0913						3	0,2739	
<b>TOTAL</b>				<b>2,20270</b>		<b>1,69040</b>		<b>1,81950</b>		<b>1,07020</b>

Hasil perhitungan menggunakan teknik QSPM, selanjutnya menentukan nilai skor TAS tertinggi masing-masing strategi alternatif. Nilai TAS tertinggi akan dipilih menjadi strategi alternatif untuk mendukung strategi keunggulan bersaing KMKM Desa Mengare, yang ditunjukkan pada tabel 6 berikut.

Tabel 6. Peringkat nilai TAS

Alternatif Strategi	Strategi Nomor	Nilai TAS	Peringkat
Meningkatkan penjualan dengan memperluas segmentasi pasar melalui digitalisasi marketing	1	2,20270	1

Membuat kemasan produk yang lebih menarik dengan standarisasi BPOM untuk menarik minat pelanggan	3	1,81950	2
Meningkatkan kualitas produk dengan melakukan inovasi pengembangan produk	2	1,69040	3
Melakukan kerjasama dengan supplier bahan baku untuk mendapatkan harga bahan baku yang kompetitif	4	1,07020	4

## KESIMPULAN

Hasil pengolahan data dan analisis hasil dapat ditarik simpulan bahwa nilai IFAS sebesar 3,5937 dan nilai EFAS sebesar 3,7133. UMKM Desa Mengare berada pada kuadran I dimana UMKM harus mampu mencapai pertumbuhan untuk meningkatkan penjualan, aset, profit, maupun kombinasi ketiganya. Hasil penyusunan strategi alternatif diperoleh empat strategi, dimana berdasarkan teknik QSPM diperoleh strategi prioritas yang digunakan dalam pengembangan UMKM untuk meningkatkan keunggulan bersaing dengan nilai TAS (*Total Attractiveness Score*) sebesar 2,20270 yaitu strategi Meningkatkan penjualan dengan memperluas segmentasi pasar melalui digitalisasi marketing.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggarini, K, Nana N, and Firsta R, 2019. Strategi Pengembangan Ekonomi Wilayah Pesisir Di Kecamatan Mempawah Hilir Kabupaten Mempawah. *JeLAST: Jurnal PWK, Laut, Sipil, Tambang* **6(3)**:1–7.
- BPS, 2014. Produksi Ikan Menurut Kabupaten/Kota Dan Sub Sektor Perikanan.
- BPS, 2020. Statistik Perikanan Dan Peternakan Kabupaten Gresik 2020. *Gresik*.
- Caroline, C, and Laura L, 2018. Analisa Dan Usulan Strategi Pemasaran Dengan Metode Qspm (Studi Kasus Pada Umkm Di Bandung: Pakan Ikan Waringin Bandung). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)* **16(2)**:86. doi: 10.14710/jspi.v16i2.86-102.
- Chairul Pua Tingga, and Zainal Arifin Pua Geno, 2021. Segmentasi Dan Target Pasar Produk Umkm Sektor Perikanan Melalui Strategi Bauran Pemasaran Di Kota Kupang.” *Jurnal Bahari Papadak* **2(2)**:72–75.
- David, F R, 2016. Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases. *USA: Pearson* **16**.
- Ernawati, S, 2021. Strategi Pengembangan Umkm Tenun Untuk Meningkatkan Sosial Ekonomi Di Kota Bima. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis 2021 Universitas Muhammadiyah Jember*.
- Hanafie, A, Rizal S, and Kasmarullah K. 2020. Pengembangan Produk Kopi Bisang Berbasis Metode Swot Analisis Dan Marketing Mix. : *Jurnal Teknologi* **14(2)**:2045–48. doi: 10.47398/iltek.v14i2.413.
- Ikhsani, Mastur Mujib, and Selamat Eko Budi Santoso, 2020. Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Banyumas. *Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat V Tahun 2020* 451-457.
- Inayah, S, Deny, and Elly I, 2021. Usulan Strategi Pengembangan Ukm Rumah Produksi Anyaman Bambu Ibu Karmi Dengan Menggunakan Metode SWOT Terintegrasi QSPM. (*Jurnal Sistem Dan Teknik Industri* **2(2)**:260–69.
- Jefri, I and Ibrohim, 2021. Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kecamatan Puloampel Kabupaten Serang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo* **7(1)**:86–99.
- Meyer, Cr, Robert P, and Laima G, 2020. Reinforcing Innovation and Competitiveness of SMEs by New Maritime Clustering Initiatives in South Baltic Sea Region.” in *International Conference on Reliability and Statistics in Transportation and Communication*. Springer 633-648.
- Narto, D, and Gatot B HM, 2022. Strategi Keberlanjutan Pasca Pandemi Covid-19 Pada Industri Kreatif Berbasis Pontensi Daerah (Studi Kasus UMKM UD Arshaindo Gresik). *Jurnal Rekrayasa Sistem Industri* **7(2)**:8–18.
- Rahmawati, Ri, Rakha S I and Iis P, 2022. Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Jamur Tiram Putih (*Pleurotus Ostreatus*) Di Kabupaten Langkat, Sumatera Utara (Studi Kasus: UMKM Rumah Jamur) in *Seminar Nasional Teknik Industri Waluyo Jatmiko 2022 Program Studi Teknik Industri-Fakultas Teknik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur* 95-102.
- Rangkuti, F, 2018. Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating Dan OCAI. *Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama*.

Robinson, J. A., and D. Acemoglu, 2012. *Why Nations Fail: The Origins of Power, Prosperity, and Poverty*.  
*London: Profile Books LTD.*