

Analisis SWOT dalam Pengembangan Usaha Toko Roti UD Wahyu Bakkery di Desa Tetehosi Kecamatan Idanogawo Kabupaten Nias

Rizal Ananda Alwi Zebua¹, Yupiter Mendrofa², Ayler Beniah Ndraha³, Emanuel Zebua⁴
^{1,2,3,4}Universitas Nias, Indonesia
E-mail: rizalanandazebua@gmail.com¹

Article History:

Received: 02 Juli 2024

Revised: 24 Juli 2024

Accepted: 26 Juli 2024

Keywords: Manajemen
Strategi, Analisis SWOT,
Pengembangan Usaha.

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengembangan usaha toko roti UD Wahyu Bakkery, untuk mengetahui kendala yang dihadapi selama ini dalam pengembangan usaha toko roti UD Wahyu Bakkery dan untuk mengetahui strategi pengembangan usaha toko roti UD Wahyu Bakkery dengan menggunakan analisis SWOT. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dengan objek penelitian UD Wahyu Bakkery Sumber data diambil dari dokumentasi, hasil wawancara dan hasil observasi. Dalam penelitian ini, wawancara dengan berbagai pertanyaan tentang topik penelitian dilakukan secara langsung. Hasil penelitian yang didapatkan dari hasil pengumpulan data dianalisis menggunakan analisis SWOT, IFAS dan EFAS. Berdasarkan hasil analisis faktor internal, kekuatan utama usaha roti UD Wahyu yaitu modal awal usaha termasuk ringan, banyaknya unit barang yang terjual sama dengan barang yang diproduksi, peralatan produksi yang digunakan mudah dan mampu mengifesiensi waktu dan harga terjangkau. Kelemahan utama yaitu rendahnya kualitas SDM dan sistem pemasaran yang belum terfokus. Faktor eksternal yang menjadi peluang utama yaitu tersedianya tenaga kerja di wilayah sekitar banyak, ketersediaan bahan baku dan tingkat permintaan produk tinggi. Ancaman utama yaitu adanya usaha baru yang mirip roti bakkery dan adanya pesaing atau munculnya pengusaha baru.

PENDAHULUAN

Strategi usaha merupakan elemen fundamental yang harus dimiliki dan dipelihara untuk mencapai keberhasilan maksimal. Dalam konteks ini, menciptakan nilai unggul dengan ciri khas unik yang dapat menarik perhatian masyarakat adalah esensi utama strategi. Manajemen strategik, yang melibatkan analisis, keputusan, dan tindakan organisasi, diperlukan untuk membentuk serta mempertahankan keunggulan kompetitif. Menurut Rangkuti (2018), analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang mengevaluasi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threat*) dalam proyek atau usaha bisnis. Sementara Robinson (2020) menyatakan bahwa SWOT adalah singkatan dari kekuatan dan kelemahan internal perusahaan serta

peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal.

Pengembangan ekonomi tidak terlepas dari usaha meningkatkan penghasilan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Ekonomi melibatkan aktivitas masyarakat dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan yang tidak terbatas dengan sumber daya alam yang terbatas. Permintaan konsumen yang tinggi mendorong produsen untuk meningkatkan hasil produksi, sehingga interaksi antara konsumen dan produsen menjadi lebih baik. Di Kecamatan Idanogawo, terdapat unit usaha kecil yang fokus pada penyediaan makanan, termasuk industri roti UD. Wahyu Bakkery di Desa Tetehosi. Usaha ini memiliki potensi besar untuk berkembang karena merupakan satu-satunya usaha roti di wilayah tersebut, menarik banyak pelanggan dari berbagai daerah.

Berdasarkan pengamatan awal, usaha roti UD. Wahyu Bakkery masih tergolong kecil, meski memiliki potensi besar karena minimnya persaingan dan tingginya minat konsumen terhadap produk mereka. Namun, data penjualan menunjukkan stagnasi sejak 2019, yang menandakan perlunya strategi pengembangan yang efektif. Tabel penjualan dari 2019 hingga 2023 menunjukkan jumlah produksi yang tidak meningkat, menandakan adanya kendala yang harus diatasi.

Untuk mengatasi kendala tersebut, analisis SWOT digunakan sebagai strategi pengembangan usaha. Kekuatan (*strength*) meliputi kemampuan khusus perusahaan dalam menghasilkan produk andalan, sedangkan kelemahan (*weakness*) mencakup keterbatasan sumber daya dan keterampilan. Peluang (*opportunity*) adalah kondisi lingkungan yang memberikan dampak positif bagi usaha, sementara ancaman (*threat*) adalah variabel lingkungan yang menghambat proses usaha. Analisis ini membantu dalam memahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh UD. Wahyu Bakkery dalam mengembangkan usahanya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini berfokus pada strategi pengembangan usaha roti UD. Wahyu Bakkery di Desa Tetehosi Kecamatan Idanogawo, kendala yang dihadapi, dan penerapan analisis SWOT dalam pengembangan usaha. Rumusan masalah mencakup bagaimana pengembangan usaha, cara menghadapi kendala, dan strategi yang diterapkan menggunakan analisis SWOT. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengembangan usaha, kendala yang dihadapi, dan strategi yang digunakan dalam mengembangkan usaha roti tersebut. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis dan praktis, baik bagi peneliti, Fakultas Ekonomi Universitas Nias, objek penelitian, maupun peneliti lanjutan.

LANDASAN TEORI

Dalam pengembangan usaha, strategi merupakan komponen utama yang menentukan arah dan keberhasilan bisnis. Strategi ini mencakup berbagai aspek, termasuk analisis lingkungan internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan. Salah satu metode yang sering digunakan untuk analisis ini adalah SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*).

1. Manajemen Strategik

Manajemen strategik adalah proses pengelolaan yang melibatkan analisis, perencanaan, implementasi, dan evaluasi keputusan yang memungkinkan organisasi untuk mencapai tujuannya. Menurut Wheelen dan Hunger (2012), manajemen strategik terdiri dari empat tahap utama: analisis lingkungan, formulasi strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi. Manajemen strategik bertujuan untuk memanfaatkan peluang dan kekuatan organisasi serta mengatasi ancaman dan kelemahan.

2. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah alat perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh suatu

organisasi. Rangkuti (2018:80) menyatakan bahwa analisis SWOT merupakan metode yang efektif untuk memahami faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi suatu usaha. Analisis ini membantu dalam merumuskan strategi yang memaksimalkan kekuatan dan peluang, serta meminimalkan kelemahan dan ancaman.

- a. Kekuatan (*Strengths*): Faktor internal yang memberikan keunggulan kompetitif kepada organisasi. Ini bisa berupa sumber daya, kemampuan, dan aspek positif lain yang dimiliki oleh perusahaan.
- b. Kelemahan (*Weaknesses*): Faktor internal yang dapat menghambat kinerja organisasi. Ini mencakup keterbatasan sumber daya, kelemahan operasional, dan faktor negatif lain yang perlu diperbaiki.
- c. Peluang (*Opportunities*): Faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan oleh organisasi untuk meningkatkan kinerjanya. Peluang ini bisa berasal dari perubahan pasar, teknologi baru, atau tren yang menguntungkan.
- d. Ancaman (*Threats*): Faktor eksternal yang berpotensi merugikan organisasi. Ancaman ini bisa berupa persaingan yang meningkat, perubahan regulasi, atau kondisi ekonomi yang tidak mendukung.

3. Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM)

Pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) memainkan peran penting dalam perekonomian. Menurut Tambunan (2012), UKM memiliki karakteristik fleksibilitas, inovasi, dan adaptabilitas yang tinggi, yang memungkinkan mereka untuk berkembang meski dalam lingkungan yang berubah-ubah. Namun, UKM juga menghadapi tantangan seperti keterbatasan modal, akses pasar, dan kemampuan manajerial yang sering kali menjadi hambatan bagi pertumbuhan mereka.

4. Penerapan Analisis SWOT dalam UKM

Penerapan analisis SWOT dalam pengembangan UKM dapat membantu pemilik usaha untuk memahami kondisi internal dan eksternal yang mempengaruhi bisnis mereka. Robinson (2020) menyatakan bahwa analisis SWOT dapat digunakan untuk merumuskan strategi yang sesuai dengan kondisi spesifik UKM, sehingga mereka dapat memaksimalkan potensi dan mengurangi risiko. Dengan memahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, UKM dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif dan efisien untuk mencapai tujuan mereka.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menganalisis dan menarik kesimpulan secara sistematis berdasarkan data dan informasi yang diperoleh dari UD. Wahyu Bakkery di Desa Tetehosi, Kecamatan Idanogawo, Kabupaten Nias. Jenis-jenis metode penelitian dapat diklasifikasikan berdasarkan tujuan dan tingkat kelamahan objek yang diteliti, sebagaimana diuraikan oleh Arikunto (2019). Dalam konteks ini, penelitian kualitatif bersifat deskriptif digunakan untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang fenomena yang terjadi.

Variabel penelitian mencakup analisis SWOT dengan indikator Internal Factor Evaluation (IFE) dan External Factor Evaluation (EFE), serta variabel pengembangan usaha dengan indikator peningkatan pendapatan, peningkatan jumlah pelanggan, peningkatan kualitas produk, dan peningkatan kualitas sumber daya manusia (Suryabrata, 2018).

Penelitian ini dilaksanakan di UD. Wahyu Bakkery di Desa Tetehosi, Kecamatan Idanogawo, Kabupaten Nias, dengan jadwal penelitian yang mencakup berbagai kegiatan mulai dari proposal skripsi, konsultasi dengan dosen pembimbing, hingga pengumpulan data dan

penulisan naskah skripsi.

Sumber data penelitian terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui teknik observasi, wawancara, diskusi terfokus, dan penyebaran kuesioner. Data sekunder diperoleh dari sumber-sumber tidak langsung seperti situs internet dan referensi yang relevan. Menurut Edi Riadi (2016), sumber data primer dan sekunder sangat penting dalam menentukan keberhasilan penelitian. Instrumen penelitian meliputi peneliti sebagai instrumen utama, catatan, alat perekam, dan pedoman wawancara (Fitria Widiyani, 2021). Peneliti terlibat aktif dalam seluruh proses penelitian, mulai dari pengumpulan data hingga analisis dan penyajian hasil.

Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Observasi dilakukan untuk mengamati langsung fenomena yang terjadi di lapangan, sementara wawancara dilakukan dengan pemilik dan karyawan UD. Wahyu Bakkery. Dokumentasi digunakan untuk mencatat peristiwa yang sudah terjadi, dan studi pustaka dilakukan untuk mengumpulkan data dari buku, jurnal, dan penelitian terdahulu (Sugiyono, 2019). Teknik analisis data dalam penelitian ini mengikuti model analisis data kualitatif yang diuraikan oleh Miles dan Huberman (1992), yang meliputi tiga tahapan: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Reduksi data merupakan proses pemilihan dan penyederhanaan data kasar yang diperoleh, sementara penyajian data adalah penyusunan informasi yang memungkinkan penarikan kesimpulan. Penarikan kesimpulan dilakukan secara bertahap selama penelitian dan diverifikasi untuk memastikan validitas temuan.

Dengan pendekatan dan teknik yang komprehensif ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas dan mendalam tentang kondisi dan pengembangan usaha UD. Wahyu Bakkery serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja dan pertumbuhannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan Usaha Toko Roti UD Wahyu Bakery Desa Tetehosi Kecamatan Idanogawo Kabupaten Nias

Usaha toko roti UD Wahyu Bakery di Desa Tetehosi berupaya bersaing di pasar dengan menerapkan berbagai strategi pengembangan agar dapat terus berkembang dan memperluas eksistensinya ke berbagai daerah. Upaya ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Amirullah (2015), yang menyatakan bahwa strategi adalah rencana besar manajer yang berorientasi ke masa depan untuk berinteraksi dengan lingkungan persaingan guna mencapai sasaran perusahaan. Selain itu, teori Freddy Rangkuti (2015) memperkuat pandangan ini dengan menyebutkan bahwa strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan. Dalam perkembangannya, konsep strategi terus berkembang, dengan definisi awal dari Chandler yang menyebutkan bahwa strategi adalah tujuan jangka panjang perusahaan serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya penting untuk mencapai tujuan tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, implementasi strategi pengembangan usaha roti UD Wahyu Bakery meliputi:

1. Peningkatan Akses kepada Aset Produktif. Peningkatan akses kepada aset produktif dilakukan dengan menggunakan alat produksi untuk menghemat waktu serta meningkatkan kualitas roti.
2. Memperluas Jaringan. Usaha ini memperbanyak relasi agar pemasarannya meluas ke berbagai daerah.
3. Peningkatan Akses Pasar. Lokasi usaha menyediakan mobil untuk sarana antar roti kepada

konsumen.

4. Peningkatan SDM. Peningkatan SDM dilakukan melalui pelatihan-pelatihan mengenai pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan.

Strategi ini selaras dengan hasil penelitian Ghalib Agfa Ognaya (2013), yang menyatakan bahwa strategi pengembangan usaha kecil harus mencakup:

1. Peningkatan akses kepada aset produktif, terutama modal, teknologi, manajemen, dan aspek penting lainnya.
2. Peningkatan akses pada pasar, termasuk informasi pasar, bantuan produksi, dan prasarana ekonomi.
3. Peningkatan SDM melalui pelatihan-pelatihan yang diperlukan.
4. Memperluas jaringan dalam arti luas, termasuk memperkuat pasar dan mengendalikan agar tidak terjadi kesenjangan.

Penelitian Bagja Waluyu (2017) juga menekankan pentingnya pemberdayaan masyarakat dalam meningkatkan SDM guna pengembangan usaha, melalui pelatihan berbasis kompetensi, pemberdayaan sanggar-sanggar belajar, peningkatan hubungan antara lembaga pendidikan dan industri, serta mendorong pertumbuhan usaha kecil dan menengah.

Abdul Wahid Mongkito (2021) menjelaskan bahwa usaha dengan keunggulan kompetitif memiliki karakteristik seperti kualitas SDM yang baik, pemanfaatan teknologi optimal, efisiensi dan produktivitas tinggi, peningkatan kualitas produk, akses promosi yang luas, sistem manajemen kualitas terstruktur, sumber daya modal yang memadai, jaringan bisnis yang luas, dan jiwa kewirausahaan.

Kendala dalam Pengembangan Usaha Toko Roti UD Wahyu Bakery Desa Tetehosi Kecamatan Idanogawo Kabupaten Nias

Penelitian menunjukkan kendala yang dihadapi UD Wahyu Bakery meliputi:

1. Rendahnya kualitas SDM.
2. Sistem pemasaran yang belum terfokus.
3. Adanya usaha baru yang mirip dengan roti UD Wahyu Bakery.
4. Munculnya pesaing baru.

Untuk mengatasi kendala tersebut, strategi W-T (kelemahan dan ancaman) dapat diterapkan dengan cara:

1. Meningkatkan pengetahuan modern.
2. Meningkatkan kegiatan promosi usaha.
3. Meningkatkan dan menjaga keamanan saat memproduksi roti.
4. Meningkatkan peran pengelola usaha roti UD Wahyu Bakery.

Strategi Pengembangan Usaha Toko Roti UD Wahyu Bakery Desa Tetehosi Kecamatan Idanogawo Kabupaten Nias Dengan Menggunakan Analisis SWOT

Strategi pengembangan menggunakan analisis SWOT melibatkan analisis kondisi pasar internal (kelemahan dan kekuatan) dan eksternal (peluang dan ancaman) untuk menentukan strategi yang harus dilakukan. Teori Sofyan Assauri (2016: 4-6) menyebutkan tujuan strategi adalah untuk:

1. Menjalankan dan mengevaluasi strategi yang dipilih secara efektif dan efisien.
2. Mengevaluasi kinerja, meninjau, mengkaji ulang, melakukan penyesuaian, dan mengoreksi kesalahan atau penyimpangan dalam pelaksanaannya.
3. Meninjau kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT).
4. Berinovasi agar produk sesuai dengan selera konsumen.

5. Memperbarui strategi agar sesuai dengan perkembangan lingkungan eksternal.

Berdasarkan analisis SWOT usaha roti UD Wahyu Bakery:

1. Aspek Internal
 - a. Kekuatan:
 - 1) Modal awal pendirian ringan.
 - 2) Barang terjual sesuai dengan jumlah produksi.
 - 3) Peralatan produksi efisien.
 - 4) Harga terjangkau.
 - b. Kelemahan:
 - 1) Rendahnya kualitas SDM.
 - 2) Sistem pemasaran belum terfokus.
2. Aspek Eksternal
 - a. Peluang:
 - 1) Tingginya ketersediaan tenaga kerja di wilayah.
 - 2) Ketersediaan bahan baku mudah.
 - 3) Peningkatan permintaan akan produk roti tinggi.
 - b. Ancaman:
 - 1) Adanya usaha baru yang mirip.
 - 2) Munculnya banyak pengusaha baru.

Penerapan SWOT

Matriks SWOT digunakan untuk menyusun strategi organisasi atau perusahaan dengan menggambarkan peluang dan ancaman yang dihadapi, disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan perusahaan.

1. Strategi SO (Strengths - Opportunities):
 - a. Meningkatkan kegiatan promosi.
 - b. Meningkatkan kualitas usaha.
 - c. Meningkatkan pengetahuan tentang industri kecil.
2. Strategi WO (Weaknesses - Opportunities):
 - a. Meningkatkan kegiatan promosi.
 - b. Meningkatkan pengetahuan tentang teknologi.
 - c. Meningkatkan peran pengelola usaha.
3. Strategi ST (Strengths - Threats):
 - a. Meningkatkan daya tarik konsumen.
 - b. Meningkatkan kualitas produk.
 - c. Meningkatkan kegiatan promosi.
4. Strategi WT (Weaknesses - Threats):
 - a. Meningkatkan kegiatan promosi.
 - b. Meningkatkan pengetahuan tentang teknologi modern.
 - c. Meningkatkan dan menjaga keamanan saat memproduksi roti.
 - d. Meningkatkan peran pengelola usaha.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian di UD. Wahyu Bakery, Desa Tetehosi, Kecamatan Idanogawo, Kabupaten Nias, terdapat beberapa kesimpulan yang dapat diambil mengenai pengembangan usaha roti tersebut. Pertama, peningkatan akses kepada aset produktif telah dilakukan melalui

penggunaan alat-alat produksi yang efisien, yang meningkatkan kualitas roti. Selain itu, jaringan pemasaran telah diperluas dengan menambah relasi ke berbagai daerah. Usaha ini juga meningkatkan akses pasar dengan menyediakan mobil untuk pengantaran pesanan kepada konsumen. Sumber Daya Manusia (SDM) juga telah ditingkatkan melalui pelatihan-pelatihan yang relevan.

Untuk menghadapi kendala yang dihadapi, UD Wahyu Bakery perlu meningkatkan pengetahuan modern, promosi usaha, menjaga keamanan produksi, dan peran pengelola. Strategi pengembangan usaha yang diterapkan berdasarkan analisis SWOT mencakup beberapa pendekatan. Strategi SO (kekuatan dan peluang) meliputi peningkatan promosi usaha, kualitas produk, dan pengetahuan tentang industri kecil. Strategi WO (kelemahan dan peluang) mencakup promosi usaha, peningkatan pengetahuan teknologi, dan peran pengelola. Strategi ST (kekuatan dan ancaman) fokus pada daya tarik konsumen, kualitas produk, dan promosi. Sedangkan, strategi WT (kelemahan dan ancaman) melibatkan promosi usaha, pengetahuan teknologi modern, keamanan produksi, dan peran pengelola.

Sebagai saran, pemilik usaha perlu meningkatkan akses kepada aset produktif, memperluas jaringan, menyediakan fasilitas antar pesanan, dan meningkatkan SDM. Selain itu, penting untuk meningkatkan promosi usaha, kualitas roti, pengetahuan tentang industri kecil, daya tarik konsumen, dan teknologi, serta mengkaji lebih dalam analisis SWOT. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan metode dan pendekatan yang lebih inovatif dan variatif, serta meningkatkan jumlah responden dan membimbing pengusaha dalam penilaian EFAS dan IFAS untuk hasil yang lebih representatif.

PENGAKUAN

Kami mengucapkan terimakasih banyak kepada rekan penulis, *reviewer*, *publisher*, dan para pembaca artikel kami ini. Semoga artikel ini dapat menjadi berkat dan berguna bagi peneliti selanjutnya dan rekan-rekan pembaca.

DAFTAR REFERENSI

- Abdul Wahid Mongkito, "Strategi Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Pada Masa Pandemi Covid-19 Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi: EKS MTQ KOTA KENDARI)" Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari, *Robust-Research Business and Economics Studies Volume 1 (No.2 2021)*, 94-120. (Juni 2021).
- Ahmad. (2020). *Manajemen Mutu Terpadu*. Makassar: CV. Nas Media Pustaka.
- A.Pearce, John II, Richard B.Robinson, Jr. (2020). *Manajemen Strategi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Assauri Sofjan, *Strategic Management Sustainable Competitive Advantages*, (Jakarta: Charisma Putra Utama, (2016), 4-6.
- Bagja Waluyu, "Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia Berbasis Masyarakat Untuk Mengatasi Masalah Pengangguran", (Skripsi Jurusan Pendidikan Geografi FPIPS-UPI (2017.)
- Dinar Muhammad, S.E., M.S. Dr. M. Ihsan Said Ahmad, S.E., M.Si. Dr. Muhammad Hasan, S.Pd., M.Pd. (2020). *Kewirausahaan*. CV. Media Sains Indonesia, Bandung.
- Fajar Nur'aini, *Teknik Analisis SWOT Pedoman Penyusunan Strategi Yang Efektif & Efisien Serta Cara Mengelola Kekuatan Dan Ancaman* Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia, (2020), 7-11.
- Ghalib Agfa, "Strategi Pengembangan Ekonomi Lokal untuk Meningkatkan Daya Saing pada UKM Ekonomi Kreatif Batik Bakaran di Pati Jawa Tengah", (Skripsi, Universitas

- Diponegoro Semarang, Semarang, (2013),19. “Strategi Pengembangan Ekonomi Lokal untuk Meningkatkan Daya Saing pada UKM Ekonomi Kreatif Batik Bakaran di Pati Jawa Tengah”, (Skripsi, Universitas Diponegoro Semarang, Semarang, (2013), 19.
- Irham Fahmi, Manajemen Risiko, (Bandung: Alfabeta, 2013), 264-265.
- Jurnal Seminar Nasional Abdimas II (2019) Suryo Pratolo; Bambang Jatmiko; dan Misbahul Anwar Model Pemberdayaan Entrepreneurship Berbasis Gerakan Kemandirian Ekonomi Cabang Dan Ranting Muhammadiyah Dengan Metode On-Line.
- Mahmud, Windu. (2019). Produk Kreatif Dan Kewirausahaan. Jakarta: PT.Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Mariantha, N. (2018). Manajemen Biaya (Cost Management). Sulawesi Selatan: Celebes Media Prakasa.
- Nasfi, dkk. (2022). Strategi pengembangan Bisnis: Teori dan Implementasi. Jakarta: Tahta Media Group
- Novianto, Evri. (2019). Manajemen Strategis. Deepublish,Sleman.
- Prasnowo, Adi, M. Baskoro, Gembong. dan Astuti, Murti. Strategi Pengembangan Sentra Industri Kecil Menengah Kerajinan Batik. Surabaya: CV Jakad Publishing, (2019).
- Rangkuti, Freddy. (2018). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama (2017). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT. Jakarta: Gramedia Pustaka, (2015), 19.
- Robbins, Stephen P. and Mary Coulter. (2018). Manajemen, Jilid 1 Edisi 13, Alih Bahasa: Bob Sabran Dan Devri Bardani P. Erlangga, Jakarta.
- Milles dan Huberman, Analisis Data Kualitatif, Jakarta: Universitas Indonesia Press, (1992), hlm. 16.
- Marry Coulter (2018) Bisnis usaha dan kreatifitas kerja
- Mariantha (2018) kewirausahaan
- Pranowo, baskor dan astute (2019) strategi manajemen usaha
- Santoso, Hieronymus B. (2021). Produk Kreatif Dan Kewirausahaan Industri Peternakan. CV. ANDI OFFSET.Yogaykarta.
- Sugiyono. (2019). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D. Bandung: ALFABETA. Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D. Bandung: ALFABETA.
- Sulaiman A, dan Asmawi. (2022). Strategi Pengembangan Usaha dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen dan Profitabilitas pada Rich’s Coffee. Equilibrium. Vol. 11(1). 19-29.
- Suryabrata, Sumadi, (2018). Metodologi Penelitian, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Stephen P. Robbins dan Marry Coulter (2018) Manajemen pemasaran
- Sarosa (2005) pengembangan usaha
- Surya pradolo (2019) organisasi sebagai bisnis daya saing
- Rangkuti (2018) faktor-faktor lingkungan terhadap pembentukkan sifat-sifat konsumen.