

Strategi Pengembangan Produk Keripik Pisang UD Sumber Rejeki Desa Penataran Kecamatan Nglegok Kabupaten Blitar

*Banana Chips Product Development Strategy UD Sumber Rejeki Penataran Village Nglegok
District Blitar Regency*

**Much.Bagus Yunus¹, Rima Dewi Oryza Sativa², Yuhanin Zamrodah³,
Luhur Aditya Prayudhi⁴**

Program studi Agribisnis, Fakultas Pertanian dan Peternakan, Universitas Islam Balitar, Blitar, Indonesia

*email korespondensi: rimadewioryza@gmail.com

Info Artikel

Diajukan: 24 Agustus 2024
Diterima: 5 November 2024
Diterbitkan: 31 Juli 2025

Abstract

This research aims to identify the strengths, weaknesses, opportunities, and threats of UD Sumber Rejeki's processed products; analyze internal and external factors that affect the development strategy of banana chips products; and formulate alternative strategies for product development. The research was conducted at UD Sumber Rejeki, Penataran Village, Nglegok District, Blitar Regency. The data used is in the form of primary and secondary data, with a SWOT analysis method. The results of the IFAS analysis showed a strength score of 2.13 and a weakness of 1.42, which means that the company was able to maintain its strength. Meanwhile, the results of EFAS' analysis showed an opportunity score of 1.93 and a threat of 1.73, which shows the company's ability to capitalize on opportunities and minimize threats. The recommended alternative strategy is the S-O strategy, which is to maintain product quality at an affordable price, innovate flavors to face competition, and utilize product advantages such as no preservatives, having a PIRT permit, and halal certification as quality assurance.

Keywords:

Development Strategy; Banana Chips; SWOT Analysis

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman produk olahan UD Sumber Rejeki; menganalisis faktor internal dan eksternal yang memengaruhi strategi pengembangan produk keripik pisang; serta merumuskan strategi alternatif pengembangan produk. Penelitian dilakukan di UD Sumber Rejeki, Desa Penataran, Kecamatan Nglegok, Kabupaten Blitar. Data yang digunakan berupa data primer dan sekunder, dengan metode analisis SWOT. Hasil analisis IFAS menunjukkan skor kekuatan sebesar 2,13 dan kelemahan sebesar 1,42, yang berarti perusahaan mampu mempertahankan kekuatannya. Sementara itu, hasil analisis EFAS menunjukkan skor peluang sebesar 1,93 dan ancaman sebesar 1,73, yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan peluang dan meminimalkan ancaman. Strategi alternatif yang direkomendasikan adalah strategi S-O, yaitu mempertahankan kualitas produk dengan harga terjangkau, melakukan inovasi rasa untuk menghadapi persaingan, serta memanfaatkan keunggulan produk seperti tanpa bahan pengawet, memiliki izin PIRT, dan sertifikasi halal sebagai jaminan mutu.

Kata Kunci:

Strategi Pengembangan; Keripik Pisang; Analisis SWOT

PENDAHULUAN

Jenis olahan tradisional saat ini telah berkembang mengikuti tren kuliner masyarakat yang cenderung memiliki variasi dan keunikan tertentu. Pemanfaatan sumber daya alam sekitar yang melimpang menjadi olahan makanan yang menarik bagi konsumen tentunya akan meningkatkan nilai pendapatan ekonomi masyarakat. Olahan makanan tradisional dapat dikembangkan menjadi produk unggulan dan bisa menciptakan lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat Indonesia pada umumnya. Demi mendukung peningkatan tersebut, usaha kecil menengah diperlukan suatu wadah yang bisa menjadi pelindung usaha dari hambatan persaingan pasar dan juga bisa memberikan inovasi produk sesuai dengan kondisi konsumen. Hambatan pasar antara lain pembangunan di sektor tersebut belum berjalan optimal dikarenakan tidak meratanya pembangunan di wilayah pedesaan (Delima, 2017). Ditambah lagi mudah produk pertanian yang rentan mengalami kerusakan membuat perlukannya olahan tambahan seperti pemaksimalan UMKM dimana usaha mikro kecil menengah mendapatkan peran yang besar dalam perekonomian di Indonesia saat ini (Gusnina, 2023).

Peran UMKM sangat diperlukan bagi usaha yang mulai merintis pengembangan produk secara mandiri maupun kelompok. Menurut (Suci, 2015) dalam pendirian suatu usaha perusahaan perlu adanya strategi untuk memberikan arahan, berfikir kreatif dan mengantisipasi atau meramalkan faktor eksternal. Dalam perusahaan, manajemen perusahaan perlu disusun dengan cermat untuk menghadapi persaingan pasar yang semakin kompetitif. Untuk meminimalkan kekalahan dalam persaingan, perusahaan perlu membuat strategi pengembangan dan pemasaran yang dapat menarik perhatian dari konsumen. Setiap perusahaan tentu mengharapkan laba yang maksimal dan tentunya juga dapat mempengaruhi konsumen agar dapat membeli produknya sehingga berdampak kepada besarnya mangsa pasar. Konsumen saat ini sangat selektif dan teliti dalam pemilihan produknya, terutama makanan dan minuman. Setelah perusahaan selesai dalam pembuatan rencana bisnis terdapat beberapa hal yang perlu diuji seperti lokasi, kelayakan produksi, dan target penjualan produk atau volume penjualan.

Contoh Pengembangan UMKM di Blitar yaitu perusahaan keripik pisang UD. Sumber Rejeki, perusahaan yang memproduksi keripik pisang dengan beberapa varian rasa. Perusahaan ini bisa dibilang belum lama berdiri tetapi sudah banyak memiliki kompetitor sejenis dikarenakan pembuatan keripik pisang yang terbilang cukup mudah membuat keripik pisang memiliki banyak pesaing sejenis di pasaran, maka dari itu agar produk dapat bertahan di pasar dan mempertahankan eksistensinya perlu adanya strategi pengembangan produk (Putra, 2022). Strategi pengembangan produk adalah suatu proses penciptaan produk lebih unggul dari produk sebelumnya dengan tujuan meningkatkan minat konsumen untuk membelinya. Dalam pengembangan produk perlu perhatian lebih terhadap produk yang dimiliki (Eka, 2018). Adapun tujuan dari penelitian ini adalah (1) mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman dari produk bisnis olahan UD Sumber Rejeki. (2) Mendeskripsikan dan menganalisis faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi pengembangan produk keripik pisang UD Sumber. (3) Merumuskan opsi strategi alternatif untuk pengembangan produk keripik pisang UD Sumber Rejeki.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di UD. Sumber Rejeki Desa Penataran, Kecamatan Nglegok, Kabupaten Blitar. Lokasi ini dipilih karena UMKM di daerah ini telah berkembang dengan baik dan menjadi usaha unggulan bagi masyarakat. Penentuan lokasi penelitian menggunakan metode purposive sampling dengan penentuan jumlah responden sebanyak 30 orang untuk memenuhi syarat minimal statistik. Sampel 30 ini diambil berdasarkan Teori Limit Sentral. Responden meliputi pelaku usaha, pekerja dan masyarakat yang terlibat dalam proses produksi (internal) dan juga pelanggan tetap maupun pelanggan tidak tetap (eksternal). Menurut (Ayunda, 2024) dalam metode pengumpulan data menggunakan dua sumber data

yaitu primer dan sekunder. Pencarian data primer dilakukan dengan cara observasi, dokumentasi, dan wawancara sedangkan data sekunder di hasilkan dari data jurnal, artikel, literatur yang relevan dengan penelitian ini (Hermanto, 2023).

Teknik yang di gunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis SWOT yang terdiri dari Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman (Wiswata, 2018). Langkah awal analisa SWOT adalah identifikasi faktor kekuatan, faktor kelemahan, identifikasi peluang dan ancaman. Setelah itu dilakukan analisa gaungan yang akan menghasilkan matrix SWOT yang bisa menjadi acuan dalam menentukan strategi pengembangan usaha. Dalam proses analisis data dilakukan pembobotan dan perbandingan faktor internal dan faktor eksternal dengan berdasarkan jawaban yang di berikan responden untuk memperoleh strategi yang tepat dalam mengembangkan produk keripik pisang dari UD. Sumber Rejeki.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis IFAS – EFAS

Analisis IFAS dan EFAS bertujuan dalam memperoleh strategi yang lebih tepat dan efektif (Fahli, 2024). Berikut merupakan hasil pembobotan yang dimiliki dari produk keripik pisang UD. Sumber Rejeki Penataran:

Tabel 1. Analisis Faktor Internal UD Sumber Rejeki Penataran

Kekuatan				
No.	Indikator	Bobot	Rating	Skor
1	Harga Keripik Pisang Mbok Dhe terjangkau	0,07	4	0,28
2	Keripik pisang Mbok dhe tidak menggunakan pengawet	0.07	4	0,27
3	Produk keripik pisang Mbok Dhe bersertifikat halal dan memiliki PIRT	0.07	3	0,2
4	Desain keripik pisang Mbok Dhe menarik	0,07	4	0,27
5	Produk yang di hasilkan berkualitas	0,07	4	0,27
6	Lokasi produksi yang strategis dan mudah dijangkau	0,07	3	0,21
7	Keripik pisang Mbok Dhe memiliki varian rasa yang menarik	0,06	3	0,18
8	Bahan pembuatan keripik mudah di temui	0,07	4	0,27
9	Produk keripik pisang Mbok Dhe memiliki banyak manfaat	0,06	3	0,18
Jumlah		0,60		2,13
Kelemahan				
No	Indikator	Bobot	Rating	Skor
1	Kurangnya keaktifan dalam pasar media social	0,07	3	0,2
2	Peralatan masih manual atau sederhana	0.07	4	0,29
3	Masih sedikit varian rasa pada produk keripik pisang	0,07	3	0,2
4	Belum ada produk kemasan varian kecil	0,07	4	0,27
5	Kurangnya tenaga kerja dalam produksi	0,07	4	0,27
6	Produk mudah rusak (keripik)	0,06	3	0,19
Jumlah		0,40		1,42
Total bobot		1		3,55
Selisih kekuatan– kelamahan				0,73

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan tabel 1 maka dapat di simpulkan bahwa jumlah skor kekuatan sebesar 2,13 dan skor kelemahan sebesar 1,42 skor kekuatan lebih besar daripada skor kelemahan berarti produk keripik pisang Mbok Dhe di desa Penataran ini menandakan bahwa mampu

mempertahankan kekuatannya dalam menghadapi kelemahan. Hal ini sejalan dengan pernyataan (Richard, 2013) menyatakan bahwa strenght (kekuatan) merupakan sumber daya atau kapabilitas yang dikendalikan oleh atau tersedia bagi suatu perusahaan yang membuat perusahaan relatif lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang dilayaninya. Kekuatan muncul dari sumber daya dan kompetensi yang muncul dari perusahaan.

Tabel 2. Analisis Faktor Eksternal UD Sumber Rejeki Penataran

Peluang				
No.	Indikator	Bobot	Rating	Skor
1	Produk dapat dinikmati semua kalangan	0,07	4	0,29
2	Peluang pasar masih terbuka	0,07	4	0,29
3	Produk sudah banyak yang tahu	0,07	4	0,29
4	Mampu bersaing di pasar	0,07	4	0,3
5	Mendapat dukungan dari pemerintah	0,07	3	0,19
6	Keyakinan konsumen terhadap kualitas produk	0,07	4	0,28
7	Permintaan pasar masih tinggi	0,07	4	0,29
	Jumlah	0,60		2,13
Kelemahan				
No	Indikator	Bobot	Rating	Skor
1	Terjadinya bencana alam	0,07	4	0,28
2	Pengaruh musim atau masa tanam terhadap pisang mempengaruhi bahan baku pembuatan keripik	0,07	4	0,29
3	Kebijakan pemerintah tentang perpanjangan PIRT	0,07	4	0,28
4	Perubahan Selera dari masarakat	0,07	3	0,2
5	Listrik padam ketika proses produksi keripik pisang	0,07	4	0,28
6	Adanya standarlisasi mutu	0,07	3	0,2
7	Konsumen mulai bosan dengan varian rasa	0,07	3	0,2
	Jumlah	0,50	4	1,73
Total bobot		1		3,73
Selisih Peluang- Ancaman				0,20

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan tabel 2, maka dapat di simpulkan bahwa jumlah skor peluang sebesar 1,93 dan skor ancaman sebesar 1,73 skor peluang lebih besar daripada skor ancaman. Berarti produk keripik pisang Mbok Dhe di desa Penataran ini menandakan bahwa masih mampu memanfaatkan peluang yang ada dengan meminimal ancaman yang ada. Faktor yang memiliki nilai peluang terbesar adalah mampu bersaing di pasar (0,3), sehingga produk ini secara umum telah disukai oleh konsumen dan bisa lebih dikembangkan dengan inovasi produk yang menarik. Selain itu, faktor ancaman yang terbesar adalah Faktor pengaruh musim dan masa tanam (0,29), ini akan mempengaruhi bahan baku produksi. Apabila ancaman ini tidak diperbaiki makan akan menurunkan daya saing produk. Mencari alternatif bahan baku dari daerah lain dan memperbaiki sistem penanaman pisa supaya tidak terpengaruh musim bisa menjadi alternatifnya. Menurut (Richard, 2013), Peluang merupakan situasi utama yang menguntungkan dalam lingkungan suatu perusahaan. Kecendrungan utama merupakan salah satu sumber peluang, identifikasi atas segmen pasar yang ebelumnya terlewatkan, perubahan kondisi persaingan atau regulasi, perubahan teknologi, dan membaiknya hubungan dengan pembeli atau pemasok dapat menjadi peluang bagi perusahaan

Strategi yang tepat untuk keripik pisang UD. Sumber Rejeki perlu pengidentifikasian menggunakan Matriks SWOT. Matriks ini menjelaskan secara rinci bagaimana kekuatan dan kelemahan perusahaan disesuaikan dengan peluang dan ancaman eksternal yang dimiliki (Malonda, 2019).

Analisis Matriks SWOT

Tabel 3. Matriks SWOT

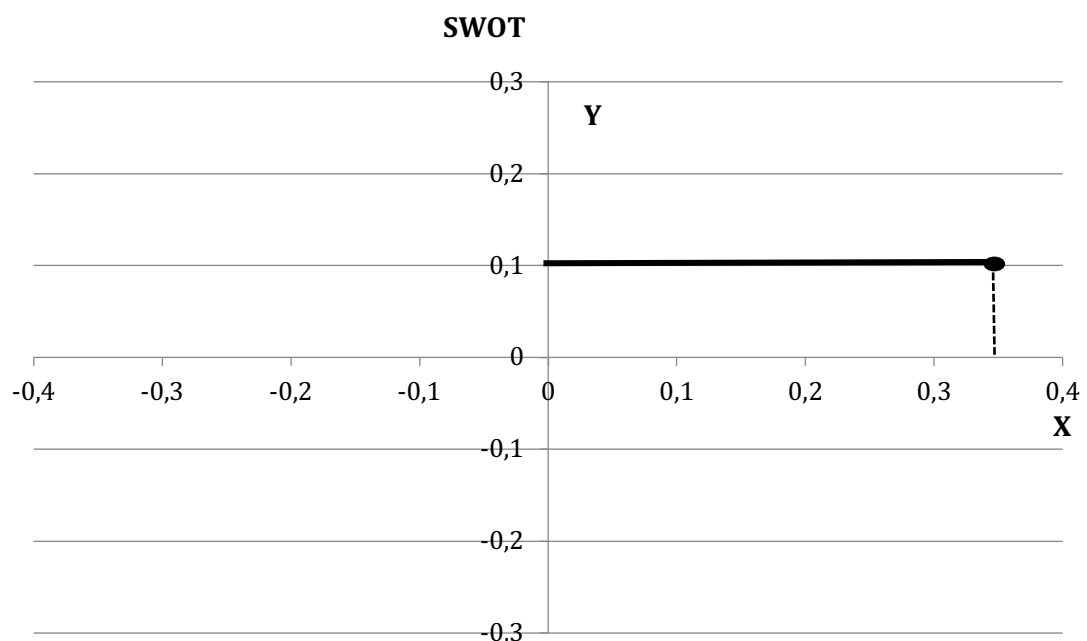
IFAS	Kekuatan (<i>streght</i>) 1. Harga Keripik Pisang Mbok Dhe terjangkau 2. Keripik pisang Mbok dhe tidak menggunakan pengawet 3. Produk keripik pisang Mbok Dhe bersertifikat halal dan memiliki PIRT 4. Desain keripik pisang Mbok Dhe menarik 5. Produk yang di hasilkan berkualitas 6. Lokasi produksi yang strategis dan mudah dijangkau 7. Keripik pisang Mbok Dhe memiliki varian rasa yang menarik 8. Bahan pembuatan keripik mudah di temui 9. Produk keripik pisang Mbok Dhe memiliki banyak manfaat	Kelemahan (<i>weakness</i>) 1. Kurangnya keaktifan dalam pasar media social 2. Peralatan masih manual atau sederhana 3. Masih sedikit varian rasa pada produk keripik pisang 4. Belum ada produk kemasan varian kecil 5. Kurangnya tenaga kerja dalam produksi 6. Produk mudah rusak (keripik)
EFAS Peluang (<i>Oppurtunity</i>) 1. Produk dapat dinikmati semua kalangan 2. Peluang pasar masih terbuka 3. Produk sudah banyak yang tau 4. Mampu bersaing di pasar 5. Mendapat dukungan dari pemerintah 6. Keyakinan konsumen terhadap kualitas produk 7. Permintaan pasar masih tinggi	Strategi SO 1. Mempetahankan kualitas produk dengan harga yang tetap terjangkau. 2. Memanfaatkan inovasi rasa yang menarik untuk menghadapi pesaingan sejenis di pasaran. 3. Memanfaatkan keunggulan produk seperti produk tanpa pengawet, memiliki PIRT, dan sertifikat halal untuk prmosi produk.	Strategi WO 1. Memanfaatkan nama besar produk dengan membuat kemasan kecil hingga sedang agar dapat di terima semua kalangan knsumen. 2. Membuat varian dengan jenis pisang yang berbeda untuk menambah varian rasa pada produk 3. Dengan produk yang mampu bersaing di pasaran berpeluang membuka cabang produksi di tepat lain yang belum memiliki produk sejenis dan menambah pekerja guna memenuhi target konsumen.
Ancaman (<i>threaths</i>) 1. Terjadinya bencana alam 2. Pengaruh musim atau masa tanam terhadap pisang mempengaruhi bahan baku pembuatan keripik 3. Kebijakan pemerintah tentang perpanjangan PIRT 4. Perubahan Selera dari masarakat 5. Listrik padam ketika proses produksi keripik pisang 6. Adanya standarlisasi mutu 7. Konsumen mulai bosan dengan varian rasa	Strategi ST 1. Meningkatkan kualitas dan standarlilissi mutu untuk menghadapi produk pesaing sejenis 2. Menerapkan varian rasa baru agar bisa menarik minat dari konsumen 3. Menambah supleyer bahan baku utama agar kebutuhan bahan baku tercukupi	Strategi WT 1. Produk keripik pisang Mbok dhe haus terus melakukan pengembangan produk dari segi inovasi maupun kulitas produk supaya produk keripik pisang Mbok Dhe dapat bersaing di pasaran.

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Tabel 3, berisi rekomendasi strategi pengembangan dengan keterangan, memaksimalkan kekuatan dengan pemanfaatan peluang (SO), memanfaatkan peluang untuk mengatasi kelemahan (WO), memanfaatkan kekuatan untuk meminimalkan ancaman (ST), dan mengelola kelemahan serta meminimalkan ancaman (WT) (Fadlurrahman, 2023).

Untuk menentukan strategi yang sesuai perlu adanya pemetaan posisi yang tepat untuk mengetahui strategi yang akan di gunakan dalam SWOT. Penentuan strategi tersebut menggunakan matriks SWOT yang terdiri dari kuadran 1 strategi progresif, kuadran II diversifikasi strategi, kuadran III ubah strategi, dan kuadran IV strategi bertahan (Ajibroto dalam Kurniawan, 2019). Kuadran I terletak di bagian kanan atas menandakan bisnis mampu mengembangkan produknya serta melakukan strategi progresif. Kuadran II terletak yang artinya bisnis menghadapi ancaman eksternal tetapi mempunyai kekuatan untuk mengadapinya, sehingga di gunakan diversifikasi strategi. Kiri atas kuadran III usaha atau bisnis menghadapi kelemahan internal tetapi memiliki peluang besar dalam perkembangan bisnisnya sehingga perlu penerapan untuk mengubah strategi. Kiri bawah kuadran IV bisnis dalam kondisi kuang baik di karenakan bisnis menghadapi ancaman dari luar dan kelemahan internal sehingga mengakibatkan bisnis sulit berkembang maka perlu di terapkan strategi bertahan (Abidin, 2019).

Strategi pengembangan produk sangat mungkin dilakukan untuk menarik lebih banyak konsumen, seperti dengan penambahan inovasi varian rasa dan juga inovasi kemasan yang lebih menarik (Syam et al, 2024). Selain itu meningkatkan jumlah produksi bisa dilakukan dengan penambahan pekerja dan juga peralatan produksi. Kendala utama adalah adanya pengaruh musim, hal ini akan berpengaruh pada pasokan bahan baku. Hal ini bisa diatasi dengan mencari sumber bahan baku dari daerah lain yang memungkinkan untuk menjadi stok bahan baku agar tetap terjaga. Selain itu pengembangan jenis pisang yang digunakan dapat dilakukan sehingga tidak hanya tergantung pada satu jenis pisang. Penjualan produk juga harus ditingkatkan dengan memanfaatkan media online sehingga jangkauan pemasaran lebih luas. Selain itu inovasi pada kemasan bisa dilakukan menyesuaikan dengan kebutuhan pasar dan juga sasaran konsumen yang dituju.



Gambar 1. Posisi Kuadran SWOT

Pada gambar 1 menunjukkan bahwa nilai S-W dan O-T adalah positif, posisi relative produk Keripik Pisang Mbok Dhe berada pada titik kordinat (0,35 dan 0,01) yang terletak pada kuadran I yang berarti (positif). Pada produk tersebut memiliki kekuatan yang kuat dan berpeluang. Untuk strategi yang di gunakan adalah progresif, artinya adalah produk keripik pisang ini dalam kondisi stabil dan baik, sehingga dapat di mungkinkan untuk meraih kemajuan

secara maksimal dan terus melakukan usahanya serta memperbesar pertumbuhannya (Putra M. &, 2018). Data diatas Keripik Pisang Mbok Dhe saat ini dalam perkembangan positif, dan bisa dikembangkan lagi terutama pada faktor inovasi produk. Selain itu Keripik pisang Mbok Dhe juga memiliki ancaman yang bisa dieliminasi seperti ancaman musim dan bencana alam. Diharapkan keripik pisang Mbok Dhe dapat meningkatkan produksi dan bersaing lebih luas di pasaran.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan yang telah dilakukan, diperoleh kesimpulan bahwa kekuatan utama dari usaha keripik pisang Mbok Dhe adalah harga yang terjangkau dengan nilai bobot tertinggi sebesar 0,29, sementara kelemahan terbesarnya adalah penggunaan peralatan yang masih manual dengan nilai 0,28. Peluang terbesar yang dimiliki produk ini adalah kemampuannya untuk bersaing di pasar dengan skor 0,30, sedangkan ancaman terbesar berasal dari pengaruh musim yang berdampak pada pasokan bahan baku dengan nilai 0,29. Hasil analisis IFAS menunjukkan bahwa total skor kekuatan sebesar 2,13 lebih besar dibandingkan skor kelemahan sebesar 1,42, yang berarti usaha ini masih mampu mempertahankan kekuatannya dalam menghadapi berbagai kelemahan. Sementara itu, hasil analisis EFAS memperlihatkan bahwa skor peluang sebesar 1,93 lebih tinggi daripada skor ancaman sebesar 1,73, sehingga produk keripik pisang Mbok Dhe dinilai masih dapat memanfaatkan peluang yang ada sambil meminimalisasi ancaman. Strategi pengembangan alternatif yang direkomendasikan adalah strategi S-O, yang mendukung kebijakan pertumbuhan progresif dengan langkah-langkah seperti mempertahankan kualitas produk dengan harga yang tetap terjangkau, melakukan inovasi rasa untuk menghadapi persaingan di pasar, serta memanfaatkan keunggulan produk seperti tanpa bahan pengawet, memiliki izin PIRT, dan sertifikasi halal sebagai bagian dari strategi promosi.

DAFTAR PUSTAKA

- Angraini, F. D. P., Aprianti, A., Setyawati, V. A. V., & Hartanto, A. A. (2022). Pembelajaran statistika menggunakan software SPSS untuk uji validitas dan reliabilitas. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 6491–6504. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i4.3206>
- Ayunda, I. O. P., Sumbawati, N. K., & Pamungkas, B. D. P. (2024). Analisis strategi pengembangan ekonomi lokal masyarakat pesisir di Desa Labuhan Bajo. *Analisis*, 14(1), 148–161. <https://doi.org/10.37478/als.v14i01.3748>
- Eka, J. N. (2018). Pengembangan produk keripik pisang dengan metode Quality Function Deployment (QFD). *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 1(1), 31–40.
- Fadlurrahman, F., Rini, R., Hasanah, N., & Anshari, M. I. (2023). Analisis SWOT dan framework implementasi strategi pengembangan UMKM. *Jurnal Pemerintahan dan Politik*, 8(3), 229–237.
- Hanif, M., Andesta, D., & Dzakiyah, W. (2020). Pendekatan metode SWOT dan QSPM pada strategi pemasaran produk petis udang (Studi kasus: UD. Sahabat Barokah di Desa Sungonlegowo). *JUSTI (Jurnal Sistem dan Teknik Industri)*, 1(4), 489–502.
- Kurniawan, D. A., & Abidin, M. Z. (2020). Strategi pengembangan wisata Kampoeng Durian Desa Ngrogung Kecamatan Ngebel Ponorogo melalui analisis matrik IFAS dan EFAS. *Al Tijarah*, 5(2), 93–101.
- Leksono, B. B., & Putra, R. (2022). Strategi pengembangan usaha produk dangkrik di Dusun Kulubanyu, Kabupaten Mojokerto. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 2(1), 235–242. <https://doi.org/10.54082/jamsi.224>

- Fahli, M. A. (2024). Strategi pengembangan daya saing industri menggunakan analisis SWOT pada industri rotan di Kabupaten Cirebon. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(28), 183–191.
- Malonda, P. M., Moniharapon, S., & Loindong, S. S. (2019). Analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran pada rumah makan bakso Baper Jogja. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(3). <https://doi.org/10.35794/emba.v7i3.24882>
- Nurjannah, M. N. (2020). Analisis SWOT sebagai strategi meningkatkan daya saing (Studi pada PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru). *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97–112.
- Putra, L., Mindarti, L., & Hidayati, F. (2018). Strategi pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) ekonomi kreatif kerajinan kulit di Kabupaten Magetan (Studi pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Magetan). *JPAP: Jurnal Penelitian Administrasi Publik*, 4(1). <https://doi.org/10.30996/jpap.v4i1.1281>
- Satoto, H. F., & Norhabiba, F. (2021). Perencanaan strategi pengembangan usaha dengan metode Quantitative Strategic Planning Matriks (Studi kasus UD. Intansari Raya). *TIARSIE*, 18(4), 109–115.
- Setiawan, I. M. D., Dananjaya, I., & Suparyana, P. (2020). Studi evaluasi kesiapan strategi pengembangan ekonomi kreatif pemberdayaan kesejahteraan keluarga (PKK) di Kecamatan Tabanan. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora*, 4(2), 133–141.
- Syam, A., Amalia, S., Rakib, M., Sudarmi, S., & S., N. (2024). Product Design Development to Increase Customer Attraction. *Marginal Journal of Management Accounting General Finance and International Economic Issues*. <https://doi.org/10.55047/marginal.v3i3.1160>.
- Usman, E., Laili, S. N., Arifin, Z., & Andayani, R. (2024). Strategi pengembangan kepiting soka (soft shell crab) di Kabupaten Kolaka. *JICN: Jurnal Intelek dan Cendikiawan Nusantara*, 1(2), 1089–1098.