

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA TOKO NUGIN DI KECAMATAN REMBON KABUPATEN TANA TORAJA

Marsal Samaya¹⁾, Lisa K. Wibisono.,²⁾ Helba Rundupadang,³⁾

¹ Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Indonesia Toraja

E-mail: penulis marsalsamaya7@gmail.com

² Universitas Kristen Indonesia Toraja

E-mail: lisakurniasariwibisono@gmail.com

³ Universitas Kristen Indonesia Toraja

E-mail: helba.rundupadang@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the business development strategies at Toko Nugin in Rembon District, Tana Toraja Regency. The research method used is a descriptive qualitative approach and SWOT analysis. The data used in this study includes primary and secondary data, with data collection techniques involving observation, interviews, and library studies. The data obtained from the data collection is then analyzed using SWOT analysis to identify the strengths, weaknesses, opportunities, and threats for Toko Nugin in Rembon District. Based on the research findings, the IFAS matrix obtained a total score for strengths and weaknesses of 3.6, as the total score above 2.93 indicates that the internal position of the company is quite strong. The EFAS matrix obtained a total score for opportunities and threats of 3.17, as the total score approaching 4.0 indicates that Nugin Store responds to existing opportunities in an exceptional way and avoids threats in the market. The SWOT matrix results show that the business development strategy is to maintain product quality, sustain service quality to customers, uphold customer trust, add employees at Nugin Store, expand the space or building at Nugin Store, increase the variety of agricultural commodity products, create price promotions or discounts to attract consumers to purchase those goods, enhance marketing strategies through social media by keeping up with technological advancements, and improve the service system so that consumers feel comfortable shopping.

Keywords: *Development Strategy, SWOT Matrix, IFAS, and EFAS*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha saat ini semakin pesat dan kompetitif. Hal ini disebabkan oleh kemajuan teknologi, baik teknologi informasi, produksi, transportasi dan komunikasi. Perkembangan usaha saat ini dengan adanya persaingan usaha yang ketat, persaingan lingkungan yang tinggi, konsumen yang semakin kritis dalam memilih produk dan juga munculnya banyak pesaing yang membuka usaha yang sama.

Jadi pengembangan usaha sangat penting karena memiliki tujuan untuk meningkatkan kapasitas, profitabilitas, dan daya saing bisnis. Hal ini dilakukan melalui berbagai langkah, seperti inovasi, peningkatan kualitas produk dan pengelolaan sumber daya yang lebih efisien dengan demikian, tujuan akhirnya adalah meningkatkan pendapatan, dan memastikan keberlanjutan bisnis.

Strategi merupakan suatu rencana atau pendekatan yang di rancang untuk mencapai tujuan tertentu, dengan memanfaatkan sumber daya secara efektif dan efisien (Chandler, 2018). Strategi adalah penentu arah dan sasaran jangka panjang sebuah perusahaan yang diambil dari

tindakan dengan alokasi dan sumber daya yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut di Sulawesi Selatan sendiri perkembangan usaha sangat pesat. Hal ini dapat dilihat dari pertumbuhan ekonomi, produksi dan UMKM. Pada tahun 2023 pertumbuhan ekonomi di Sulsel berada diposisi 4,51% dan pada triwulan III di 2024 ekonomi Sulsel tumbuh sebesar 5,08%. Pada sector UMKM pemerintah Sulsel juga sangat mensuport UMKM untuk mengelola usahanya dengan baik, selain itu pemerintah juga banyak melakukan bimbingan dan pelatihan bagi pelaku UMKM. Faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha tersebut tidak terlepas dari permasalahan yang ada. Faktor-faktor pengembangan usaha tersebut diantaranya. Subakti dkk. (2018) dalam penelitian menyatakan bahwa ada pengaruh internal dan eksternal terhadap perkembangan usaha, dimana faktor internalnya yaitu permodalan, sumber daya terbatas, lemahnya jaringan usaha dan kemampuan penetrasi usaha kecil.

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan usaha di Tana Toraja, khususnya di Kecamatan Rembon, telah mengalami transformasi yang sangat signifikan. Rembon, dengan kekayaan alamnya yang subur, dikenal sebagai daerah penghasil berbagai komoditas pertanian unggulan seperti tomat, cabai, bawang merah, bawang putih, sayuran, kopi dan beras. Dengan kondisi geografis yang sangat mendukung pertanian, banyak warga Rembon mulai memanfaatkan lahan mereka untuk menanam beragam jenis komoditas, sehingga menciptakan peluang usaha yang menjanjikan di sektor ini. Namun pada kenyataannya untuk memenuhi permintaan dari masyarakat yang terus meningkat maka dibutuhkan sumber lain untuk memenuhi hal tersebut.

Toko Nugin adalah sebuah usaha yang melakukan jual/beli pada hasil pertanian yang berdiri pada tahun 2009. Hasil pertanian di dapatkan dari pelosok desa/lembang yang berada di Kecamatan Rembon dan juga hasil pertanian yang berasal dari Kabupaten Enrekang. Adapun hasil pertanian yang di jual Toko Nugin yakni tomat, bawang merah/putih, cabe, sayur-sayuran, kopi, dan beras. Selain berfokus pada penjualan hasil pertanian Toko Nugin juga menjual berbagai macam barang kebutuhan sehari-hari yaitu alat tulis-menulis, peralatan masak ,kasur ,meja dan peralatan bayi.

Toko Nugin juga pemasok hasil pertanian kepada kios-kios kecil untuk dijual kembali dan juga menjadi pemasok barang kepada berbagai warung makan yang ada di Kecamatan Rembon. Bahkan ada pula masyarakat yang berasal dari kecamatan lain yang datang langsung ke Toko Nugin untuk berbelanja berbagai jenis hasil pertanian yang dijual Toko Nugin.

Namun beberapa tahun belakang ini banyak masyarakat khususnya di Kecamatan Rembon mulai membuka usaha yang menjual hasil pertanian. Hal ini dikarenakan mulai sadarnya masyarakat terkait keuntungan yang didapat dari melakukan jual\beli hasil pertanian. Selain alasan keuntungan, di Kecamatan Rembon sendiri sangat mudah mendapatkan hasil pertanian seperti tomat, cabe, dan sayur-sayuran karna di berbagai pelosok Rembon banyak masyarakat yang mulai menanam berbagai macam komoditas pertanian.

Dengan semakin banyaknya masyarakat yang menjual hasil pertanian secara langsung, posisi Toko Nugin di tengah persaingan pasar mulai terancam. Apalagi, kemunculan berbagai toko yang menjual produk secara online semakin menambah tantangan. Oleh karena itu, Toko Nugin perlu segera memikirkan cara atau strategi baru untuk mengembangkan usaha di masa depan. Selain itu, pengembangan strategi yang inovatif sangat penting bagi Toko Nugin agar dapat menguasai perputaran pasar di Kecamatan Rembon dan tidak tergeser oleh para pesaing baru.

Toko Nugin perlu menerapkan pendekatan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam usaha. Analisis SWOT ialah keseluruhan evaluasi tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman suatu perusahaan H.F Pasaribu (2018).

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka penulis tertarik melakukan penelitian di Toko Nugin dengan judul Strategi Pengembangan Usaha terhadap Toko Nugin Di Kecamatan Rembon Kabupaten Tana Toraja.

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah deskriptif kualitatif. Metode deskriptif kualitatif merupakan salah satu pendekatan dalam penelitian kualitatif yang lebih menekankan pada pengamatan fenomena Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data primer adalah jenis data yang dikumpulkan secara langsung dari sumber utamanya seperti melalui wawancara, survei, eksperimen, dan sebagainya. Data primer biasanya selalu bersifat spesifik karena disesuaikan oleh kebutuhan peneliti (Anggara dkk., 2023).
2. Data sekunder merupakan berbagai informasi yang telah ada sebelumnya dan dengan sengaja dikumpulkan oleh peneliti yang digunakan untuk melengkapi kebutuhan data peneliti (Alfiani & Firmansyah, 2022).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil penelitian

3.1.1 Analisis SWOT

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif dan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*).

Tabel 1
Analisis SWOT pada Toko Nugin

<p>Kekuatan (<i>Strength</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Adanya pelanggan tetap b. Ada jaringan dengan supplier c. Permodalan yang kuat d. Pemberian pelayanan e. Respon pelanggan 	<p>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Kontrol pengiriman barang b. Adanya keluhan dari pelanggan c. Desain tata letak Toko d. Keterbatasan sumber daya Toko e. Naiknya harga yang tidak menentu
<p>Peluang (<i>Opportunity</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Kerja sama dengan pihak yang lain b. Lokasi yang strategis c. Memperluas usaha d. Pencatatan keuangan 	<p>Ancaman (<i>Threat</i>)</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Adanya pesaing baru b. Perubahan peraturan pemerintah c. Kemajuan teknologi d. Mengelola resiko kerugian

Sumber : data diolah (2025)

3.1.2 Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

Setelah faktor-faktor strategis internal suatu perusahaan diidentifikasi, suatu tabel IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) disusun untuk merumuskan faktor-faktor strategis internal tersebut dalam kerangka kekuatan dan kelemahan perusahaan. tahapannya adalah :

1. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan perusahaan dalam kolom 1.

2. Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis perusahaan. (Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00).
3. Berikan rating 1 sampai 4 bagi masing-masing faktor untuk menunjukkan apakah faktor tersebut memiliki kelemahan yang besar (*rating* = 1), kelemahan yang kecil (*rating* = 2), kekuatan yang kecil (*rating* = 3), dan kekuatan yang besar (*rating* = 4). Jadi sebenarnya, rating mengacu pada perusahaan sedangkan bobot mengacu pada industri dimana perusahaan berada.
4. Kalikan masing-masing bobot dengan rating-nya untuk mendapatkan skor.
5. Jumlahkan total skor masing-masing variabel.
6. Berapapun banyaknya faktor yang dimasukkan dalam matrik IFAS, total rata-rata tertimbang berkisar antara yang rendah 1,0 dan tertinggi 4,0 dengan rata-rata 2,50. Jika total rata-rata dibawah 2,50 menandakan bahwa secara internal perusahaan lemah, sedangkan total nilai diatas 2,50 mengindikasikan posisi internal yang kuat.

Tabel 2
Matriks IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

No.	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan				
1.	Adanya pelanggan tetap	0,22	4	0,88
2.	Ada jaringan dengan supplier	0,19	3	0,57
3.	Permodalan yang kuat	0,19	3	0,57
4.	Pemberian pelayanan	0,22	4	0,88
5.	Respon pelanggan	0,18	3	0,54
Subtotal		1		3,44
Kelemahan				
1.	Kontrol pengiriman barang	0,23	2	0,46
2.	Adanya keluhan dari pelanggan	0,16	3	0,48
3.	Desain tata letak Toko	0,17	2	0,34
4.	Keterbatasan sumber daya Toko	0,20	2	0,4
5.	Naiknya harga yang tidak menentu	0,24	3	0,72
Subtotal		1		2,4
Total		1		5,84

Dari hasil analisis pada tabel 4.1.4 IFAS, faktor kekuatan dan kelemahan memiliki total skor 5,84. Karena total skor diatas 2,50 berarti ini mengindikasikan posisi internal pada perusahaan begitu kuat.

3.1.3 Matriks EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*)

Matriks EFAS disusun untuk mengetahui faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi kinerja suatu perusahaan. Ada lima tahapan untuk menyusun matriks EFAS yaitu:

1. Tentukan faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman.
2. Beri bobot masing-masing faktor mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis. Jumlah seluruh bobot harus sama dengan 1,0.
3. Menghitung *rating* untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai 1 sampai 4, dimana 4 (respon sangat bagus), 3 (respon di atas rata-rata), 2 (respon rata-

rata), 1 (respon di bawah rata-rata). *Rating* ini berdasarkan pada efektivitas strategi perusahaan, dengan demikian nilainya berdasarkan pada kondisi perusahaan.

4. Kalikan masing-masing, bobot dengan *rating*-nya untuk mendapatkan *score*.
5. Jumlahkan semua skor untuk mendapatkan total skor perusahaan. nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap factor-faktor strategis eksternalnya.

Tabel 3
Matriks EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*)

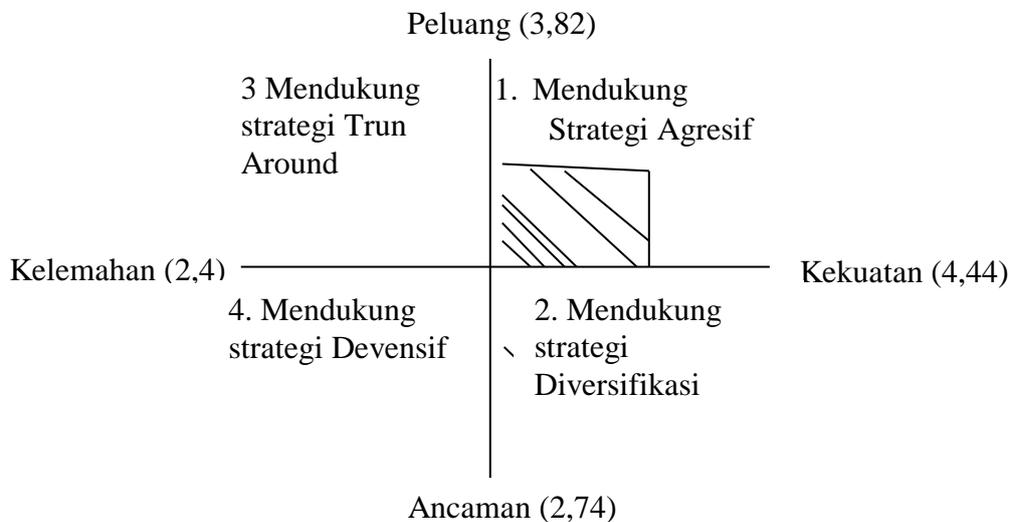
No.	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang				
1.	Kerja sama dengan pihak yang lain	0,28	4	0,12
2.	Lokasi yang strategis	0,18	3	0,54
3.	Memperluas usaha	0,28	4	1,12
4.	Pencatatan keuangan	0,26	4	1,04
	Subtotal	1		3,82
Ancaman				
1.	Adanya pesaing baru	0,26	2	0,52
2.	Perubahan peraturan pemerintah	0,16	3	0,48
3.	Kemajuan teknologi	0,30	3	0,90
4.	Mengelolah resiko kerugian	0,17	3	0,51
	Subtotal	1		2,74
	Total	1		6,56

Sumber: data diolah

Dari hasil analisis pada tabel EFAS, faktor peluang dan ancaman memiliki total skor 5,5 . Karena total skor mendekati 4,0 berarti ini mengindikasikan bahwa Toko Nugin merespon peluang yang ada dengan cara yang luar biasa dan menghindari ancaman-ancaman di pasar.

3.1.4 Kuadran SWOT

Hasil ini dapat menjadi acuan pada Toko Nugin agar lebih mampu mengatasi berbagai ancaman yang dapat mengganggu jalannya usaha pada Toko Nugin



Gambar 3.1 Kuadran Strategi SWOT Toko Nugin

Keterangan:

Kuadran I : Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan, Toko Nugin memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif

Kuadran II : Meskipun menghadapi berbagai ancaman, Toko Nugin masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar)

Kuadran III : Toko menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi Toko Nugin adalah meminimalkan masalah-masalah internal sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

Kuadran IV : Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan bagi Toko Nugin dalam menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

3.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, pada tabel 4.2 yaitu matriks IFAS, menunjukkan skor untuk kekuatan/*strenght* sebesar 2,44, sedangkan kelemahan/*weakness* sebesar 1,16 sehingga hasil total skor yang diperoleh sebesar 3,6. Apabila kekuatan dan kelemahan itu dioptimalkan maka akan mengatasi berbagai kelemahan yang ada. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai total skor pada matriks IFAS sebesar $2,44 < 1,16$ yang artinya kondisi internal memiliki kekuatan untuk mengatasi situasi.

Pada matriks EFAS yang ditunjukkan oleh tabel 4.3, skor yang diperoleh untuk peluang/*opportunities* sebesar 2,05, sedangkan skor untuk ancaman/*threats* sebesar 1,12. Sehingga hasil total skor dari matriks EFAS adalah 3,17. Jika semua variabel atau faktor peluang yang ada dimanfaatkan dengan optimal maka akan dapat mengatasi berbagai ancaman yang muncul. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan nilai total EFAS sebesar $2,05 > 1,12$ yang berarti sistem mampu merespon situasi eksternal yang ada.

Berdasarkan hasil matriks SWOT menunjukkan ada sepuluh strategi pengembangan usaha Toko Nugin di Kecamatan Rembon Kabupaten Tana Toraja, yaitu sebagai berikut :

1. Mempertahankan kualitas produk
Toko Nugin harus menjaga kualitas dari produk yang dijual dengan cara petani yang menyuplai barang ke Toko Nugin harus betul-betul memiliki kualitas yang sangat baik.
2. Mempertahankan kualitas pelayanan kepada konsumen
Cara yang harus digunakan Toko Nugin dalam mempertahankan kualitas pelayanan kepada konsumen yakni menambah karyawan, memperluas desain bangunan agar konsumen tidak merasa sempit ketika berbelanja di Toko Nugin
3. Menjaga Kepercayaan Pelanggan
Menjaga kepercayaan pelanggan dengan cara memberi jaminan kualitas produk bagi konsumen
4. Menambah karyawan di Toko Nugin

Penambahan karyawan pada Toko Dian harus dilakukan karena manajemen pada Toko Nugin masih sangat sederhana dan juga agar tidak kewalahan dalam melayani pelanggan.

5. Memperluas ruangan atau bangunan di Toko Nugin
Dengan semakin meningkatnya permintaan barang dari konsumen Toko Nugin juga harus menambah barang dan hal itu mengharuskan untuk memperluas bangunan pada Toko Nugin
6. Memperbanyak produk komoditas pertanian di Toko Nugin
Makin meningkatnya permintaan konsumen pada Toko Nugin, yang mengharuskan Toko Nugin untuk menambah produk agar permintaan konsumen dapat terpenuhi
7. Membuat promo harga atau diskon untuk menarik konsumen untuk membeli barang tersebut.
8. Meningkatkan strategi pemasaran melalui sosial media dengan mengikuti kemajuan teknologi.
Hal ini sangat diperlukan melihat pesaing sudah menggunakan media sosial dalam melakukan penjualan langak pertama yang harus digunakan dalam hal ini adalah dengan menggunakan facebook dalam perjualannya
9. Meningkatkan sistem pelayanan yang lebih baik, sehingga konsumen merasa nyaman untuk berbelanja.
Cara yang harus dilakukan adalah memperbaiki manajemen yang masih sederhana dengan cara menambah karyawan, melengkapi produk yang masih kurang, melakukan desain ulang pada tata letak toko dan juga menambah jam operasional
10. Menciptakan peluang kerja bagi masyarakat.
Cara yang sangat baik digunakan ialah dalam menambah karyawan Toko Nugin harus mengambil karyawan baru dari masyarakat disekitaran lokasi toko dan juga Toko Nugin bisa menggunakan masyarakat sekitar dalam bongkar muat barang.

4. KESIMPULAN

1. Berdasarkan hasil analisis internal Toko Nugin terdapat beberapa kekuatan dan kelemahan yaitu : Kekuatan (*Strength*) terdiri dari adanya pelanggan tetap adanya jaringan dengan supplier permodalan yang kuat pemberian pelayanan respon pelanggan metode pembayaran. Kelemahan (*Weaknesses*) terdiri dari adanya kontrol pengiriman barang, adanya keluhan dari pelanggan, desain tata letak Toko, keterbatasan sumber daya Toko, naiknya harga yang tidak menentu, naiknya harga yang tidak menentu.
2. Berdasarkan hasil analisis eksternal Toko Nugin terdapat beberapa peluang dan ancaman yaitu : Peluang (*Opportunities*) terdiri dari kerja sama dengan pihak lain, lokasi yang strategis, memperluas usaha, dan pencatatan keuangan.
3. Berdasarkan hasil analisis SWOT diatas diperoleh bahwa di dalam matriks IFAS menunjukkan faktor kekuatan dan kelemahan memiliki total skor 3,6 Hal ini mengindikasikan bahwa Toko Nugin berada pada posisi internal yang begitu kuat.Selanjutnya didalam matriks EFAS menunjukkan bahwa faktor peluang dan ancaman memiliki total skor 3,17. Hal ini mengindikasikan bahwa usaha toko Nugin memiliki banyak peluang yang bisa menghindari ancaman yang berada di pasar.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Budiarto, Rachmawan, dkk. 2015. Pengembangan UMKM. Yogyakarta: Gajah Mada Press.

Chandler, A. D. (2018). Strategy and structure: Chapters in the history of the industrial enterprise. *M.I.T. Press Research Monographs*.

Fandy T. (2015). Strategi Pemasaran. Edisi 4:

Jurnal:

Afridhal, M. (2017). *Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong Di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen*.

Ahda, M. H., & Rozi, F. (2022). Strategi Komunikasi Din as Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar dalam Pengembangan Objek Wisata Ompang Sungai Sonsang. *Journal of Communication and Society*, 1(01), 14–26. <https://doi.org/10.55985/jocs.v1i01.8>

Alfiani, H., & Firmansyah, D. (2022). Analisis Kemampuan Pemahaman Matematis Siswa Ditinjau dari Soal TIMSS. *Jurnal Ilmiah Dikdaya*, 12(1), 55. <https://doi.org/10.33087/dikdaya.v12i1.274>

Anggara, H., Zelfia, Z., & Muttaqin Mustari, A. (2023). Pola Komunkasi Pendidikan Guru Bimbingan Konseling Dalam Membina Karakter Siswa Kelas VII C Pada SMP Negeri 1 Lamuru Kabupaten Bone. *Respon Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, 3(4), 23–29. <https://doi.org/10.33096/respon.v3i4.138>

Ar, S. F., & Khair, A. U. (t.t.). *Strategi Pengembangan Umkm Roti Maros Pasir Putih Dikabupaten Maros*.

Daniel Ayub Dawan. (2022). Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Pada CV. Fajar Cendekia Intermedia Kota Jayapura. *INOVATIF: Jurnal Penelitian Pendidikan, Agama, dan Kebudayaan*, 8(1), 164–178. <https://doi.org/10.55148/inovatif.v8i1.270>

Darim, A. (2020). Manajemen Perilaku Organisasi Dalam Mewujudkan Sumber Daya Manusia Yang Kompeten. *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(1), 22–40. <https://doi.org/10.31538/munaddhomah.v1i1.29>

- Fentiana, N., & Ginting, D. (2020). Strategi Peningkatan Pendapatan Rumah Sakit Berdasarkan Analisis SWOT. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 20(3), 1008. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v20i3.1034>
- Gunawan Aji, Eka Febrianti, Dina Azfia Karima, Ahmad Dhia Iqbal, & Nurul Eka Setiani. (2023). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Pada Pt Goto Gojek Tokopedia Untuk Pertumbuhan Jangka Panjang Pasca Ipo. *Gemilang: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 3(3), 49–59. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v3i3.606>
- Hambali, A., & Andarini, S. (2021). Formulasi Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas (Bmc) Dan Swot Analysis Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Pada Piring Seng Coffee & Co Tunjungan Surabaya. *Journal Of Applied Business Administration*, 5(2), 131–142. <https://doi.org/10.30871/jaba.v5i2.2969>
- Hapsari, P. P., Hakim, A., & Soeaidy, S. (2014). *Pengaruh Pertumbuhan Usaha Kecil Menengah (UKM) terhadap Pertumbuhan Ekonomi Daerah (Studi di Pemerintah Kota Batu)*.
- Lae, I. R., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2020). *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Toko Cellular Service Di Atambua*. 8.
- Mahfud, M. H. (2020). Metode Penentuan Faktor-faktor Keberhasilan Penting dalam Analisis SWOT. *AGRISAINTEFIKA: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 3(2), 113. <https://doi.org/10.32585/ags.v3i2.546>
- Ngurah, N. T. & Gede Widiadnyana Pasek. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Toko Bangunan Ud. Sinar Alam. *Jnana Satya Dharma*, 11(1). <https://doi.org/10.55822/jnana.v11i1.315>
- Rangkuti, F. (2018). Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated.
- Sumarlin, A., Yunus, R., Fauziah Suryadi, D., Egar, E., & Saputri, I. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Industri Rumah Tangga Minyak Gosok Oles dan Minum Cap Pendekar Kabupaten Gowa Sulawesi Selatan. *GLOBAL ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 17–36. <https://doi.org/10.51577/globalabdimas.v3i2.442>
- Adamsah, B., & Subakti, G. E. (2022). Perkembangan Industri Halal Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Manusia. *Indonesia Journal of Halal*, 5(1), 71-75.
- Vransiska, T., Anhar, A., & Baihaqi, A. (2023). *Analisis Faktor Internal dan Eksternal yang Berpengaruh terhadap Ekowisata Pulau Panjang Kabupaten Aceh Singkil*. 8.
- Wardhana, D. (2015). *Strategi Pengembangan Obyek Wisata Kampung Coklat Di Kabupaten Blitar*.
- Widodo, H. (2017). Manajemen Perubahan Budaya Sekolah. *MANAGERIA: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 2(2), 287–306. <https://doi.org/10.14421/manageria.2017.22-05>