

ANALISIS SWOT DALAM MENGEKSPLOASIKAN POTENSI UMKM MENUR PUMPUNGAN

Furi Candra^{1*}, Steven Rehan Siahaan²

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional
"Veteran" JawaTimur

²Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan
Nasional "Veteran" JawaTimur

Corresponding Email : 20012010049@student.upnjatim.ac.id

Article History

Received : 27/06/2023 || Revised :27/06/2023 || Accepted: 29/06/2023 || Online available: 30/06/2023

ABSTRAK

Pembangunan ekonomi suatu negara yang kurang merata dapat menyebabkan ketimpangan ekonomi, seperti ketimpangan antara Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan Usaha Besar. Di Indonesia sektor UMKM memiliki peran penting untuk menciptakan lapangan kerja serta meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Penelitian ini berfokus pada Kelurahan Menur Pumpungan, Kecamatan Sukolilo, Kota Surabaya. Dalam hal itu diperlukan analisis SWOT untuk mengetahui strategi keberlanjutan. Untuk mengetahui hasil SWOT maka dilakukan pengolahan data dari observasi lapangan dan wawancara berbagai UMKM RW 09 Kelurahan Menur Pumpungan. Analisis Strategi faktor Internal UMKM RW 09 Kelurahan Menur Pumpungan memperoleh hasil yang baik dengan kekuatan lebih tinggi dari pada kelemahan. Sedangkan Analisis Strategi Faktor Eksternal memperoleh hasil kekuatan lebih tinggi daripada ancaman. Strategi Agresif dapat dilakukan untuk menumbuhkan UMKM RW 09 Kelurahan Menur Pumpungan.

Kata Kunci: SWOT, UMKM, Strategi, Keberlanjutan Bisnis

ABSTRACT

The uneven economic development of a country could lead to economic inequality of its people, such as inequality between Small Businesses against Big Businesses. In Indonesia, the small business sector has an important role to create employment and increase economic growth. This research focuses on Menur Pumpungan, Sukolilo, Surabaya. In that case, SWOT analysis could be used to create a sustainable strategy. To find out the results of the SWOT, data management needs to be carried out from field observations and interviews with various UMKM RW 09 Menur Pumpungan. Strategy Analysis of Internal Factors for UMKM RW 09 Menur Pumpungan Village obtained good results with strengths higher than weaknesses. Meanwhile, the Strategic Analysis of External Factors yielded higher strength results than threats. Aggressive strategies can be carried out to grow UMKM RW 09 Menur Pumpungan Village.

Keywords: SWOT, MSME, Strategy, Business Continuity

PENDAHULUAN

Dalam hal perekonomian negara, pertumbuhan ekonomi yang tidak merata menjadi salah satu permasalahan utama yang dihadapi oleh banyak negara berkembang, salah satunya Indonesia. Pertumbuhan ekonomi yang tidak merata ini berujung pada ketimpangan ekonomi yang tinggi, salah satunya adalah ketimpangan antara usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dengan perusahaan-perusahaan besar, menyebabkan sebagian besar UMKM memiliki pangsa pasar yang kecil dan tingkat keuntungan yang rendah. Ketidaksetaraan peluang ini juga menghambat perkembangan UMKM, bahkan beberapa di antaranya mengalami kebangkrutan.

Dalam hal ini, Indonesia sebagai negara berkembang memiliki sektor UMKM yang berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Namun, kesenjangan antara UMKM dan perusahaan besar masih menjadi permasalahan yang harus diatasi. UMKM sering kali menghadapi tantangan dalam hal akses ke pasar, modal, dan keahlian bisnis, yang pada akhirnya menghambat pertumbuhan dan perkembangan mereka. Bahkan menyebabkan kebangkrutan karena minimnya pembeli dan keuntungan. Pentingnya pengembangan UMKM menjadi hal yang harus dilakukan mengingat adanya berbagai manfaat yang dapat diperoleh. Pengembangan UMKM dapat meningkatkan perekonomian negara, meningkatkan kesejahteraan keluarga berpenghasilan rendah, serta mengurangi tingkat pengangguran. Selain itu, pengembangan UMKM juga dapat menghasilkan peningkatan pendapatan daerah melalui pajak dan sumbangan ekonomi lokal.

Kondisi serupa juga terjadi di Surabaya, di mana perusahaan besar dan perusahaan non-lokal lebih populer daripada usaha kecil lokal. Perusahaan besar mendapatkan keuntungan yang lebih besar daripada usaha kecil. Namun, usaha kecil ini memiliki potensi untuk berkembang karena keunikan produk dan kuliner tradisional yang mereka tawarkan. Kecamatan Sukolilo, khususnya RW09 Kelurahan Menur Pumpungan, merupakan contoh nyata di mana usaha kecil tradisional ini terus berjuang untuk tetap eksis di tengah dominasi perusahaan besar dan non-lokal.

Dalam penelitian ini, kami akan fokus pada UMKM di Kecamatan Sukolilo, tepatnya di RW 09 Kelurahan Menur Pumpungan Surabaya. UMKM di wilayah ini menawarkan kuliner tradisional yang unik, seperti Klepon, Sari Dele, Nasi Kuning, dan kuliner hampir punah lainnya. Kuliner-kuliner ini merupakan warisan budaya yang penting, dan keberadaan UMKM yang menyajikan makanan tradisional tersebut dapat membantu menjaga keanekaragaman budaya serta mendukung pariwisata kuliner di Surabaya. Namun, UMKM di RW 09 Kelurahan Menur Pumpungan menghadapi berbagai tantangan. Beberapa di antaranya adalah kesulitan dalam mendapatkan pendapatan dan keuntungan yang positif, kesulitan dalam mencapai pasar karena kemasan yang sederhana dan minim pengetahuan tentang pemasaran, serta ketidakmampuan dalam mencatat keuangan dengan baik. Hal ini membuat UMKM di wilayah ini sulit untuk

berkembang secara berkelanjutan dan menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat.

Dalam rangka mengatasi tantangan ini, Program KKNT-MBKM dihadirkan sebagai jembatan untuk pengembangan UMKM melalui pemanfaatan teknologi. Program ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada UMKM dalam hal penggunaan teknologi informasi dan komunikasi untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis mereka. Kami, Kelompok KKNT 77, bertekad untuk membantu UMKM di RW 09 Menur Pumpungan dalam menghadapi tantangan ini dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan. Dengan tekad untuk membantu UMKM, penting bagi kami untuk mempertimbangkan faktor-faktor kunci dalam analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) dan IFAS (Internal Factors Analysis Summary), serta EFAS (External Factors Analysis Summary) menjadi landasan dalam mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh UMKM serta pengaruhnya terhadap usaha kecil tersebut. Dengan memahami faktor-faktor ini, dapat dirumuskan strategi terbaik dalam menghadapi tantangan yang dihadapi oleh UMKM di RW 09 Kelurahan Menur Pumpungan.

METODE PELAKSANAAN

Pada metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Objek penelitian yang diobservasi adalah para pelaku UMKM yang berlokasi di Pasar RW 09 Kelurahan Menur Pumpungan, Kota Surabaya. Dalam penelitian ini, data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh melalui observasi langsung dan wawancara dengan informan yang terlibat. Sementara itu, data sekunder merupakan data yang diperoleh dari studi literatur atau sumber-sumber lain sebagai pendukung bagi data primer yang telah diperoleh.

Dengan menggunakan pendekatan deskriptif, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang terperinci tentang situasi, karakteristik, dan fenomena yang terkait dengan UMKM di Pasar RW 09 Kelurahan Menur Pumpungan. Data primer yang diperoleh melalui observasi dan wawancara langsung kepada pelaku UMKM akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang kegiatan dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM tersebut. Sementara itu, data sekunder yang diambil dari studi literatur akan memberikan pemahaman yang lebih luas tentang konteks dan isu-isu terkait dalam bidang usaha. Hal ini juga pemahaman terkait SWOT, IFAS, dan EFAS.

HASIL PEMBAHASAN

Kelurahan Menur Pumpungan yang fokus utama pada RW 09 sebagian besar memiliki usaha dalam bidang kuliner. Berbagai macam produk yang dijual mulai dari makanan yakni nasi bungkus, nasi kuning, bakso, donat, bakpia, kue basah dan kue kering. Produk minuman yakni

sari kedelai, es kopyor, es campur dan lain sebagainya. Data berbagai UMKM yang ada pada penelitian ini menggunakan analisis SWOT, analisis IFAS dan EFAS serta diagram dan matriks SWOT guna menentukan alternatif strategi yang dapat dilakukan dalam memaksimalkan potensi pada Kumpulan UMKM Kuliner di pasar RW 09 kelurahan Menur Pumpungan. Adapun Tahapan yang dilakukan sebagai berikut.

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah alat strategis yang penting dan berguna bagi perusahaan maupun organisasi dalam mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang dapat mempengaruhi kinerja mereka. Dengan menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal, pelaku UMKM dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang posisi mereka di pasar dan lingkungan usaha atau bisnis. Analisis ini memberikan wawasan yang berharga mengenai kekuatan yang dapat digunakan sebagai keunggulan kompetitif, kelemahan yang perlu diperbaiki, peluang yang dapat dimanfaatkan, dan ancaman yang harus dihadapi.

Dalam hal UMKM di RW 09 Menur Pumpungan, Analisis SWOT menjadi sangat relevan dalam merumuskan strategi yang tepat untuk memaksimalkan potensi mereka di pasar yang kian sulit diakses. Dengan mengidentifikasi kekuatan khas UMKM, seperti produk yang unik dan berkualitas, pelayanan yang baik, atau keunggulan lokasi maupun modal, mereka dapat membangun basis kompetitif yang kuat. Selain itu, melalui analisis peluang, seperti peningkatan permintaan pasar atau dukungan dari pemerintah UMKM dapat mengidentifikasi cara-cara baru untuk mengembangkan usaha mereka.

Ketika telah diketahui kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities), serta kelemahan (weakness) dan ancaman (threats) UMKM melalui analisis SWOT. Maka hasil Analisis SWOT ini kemudian dapat dilakukan untuk merumuskan strategi lebih lanjut dalam memaksimalkan potensi UMKM.

Strength (Kekuatan)

1. Pelaku usaha memiliki minat dalam mengembangkan usaha
2. Bahan baku mudah untuk ditemukan
3. Peralatan industri yang memadai
4. Harga ekonomis dan terjangkau

Weakness (Kelemahan)

1. Mayoritas UMKM belum memiliki legalitas usaha (NIB)
2. Semua UMKM belum melakukan pembukuan
3. Rata-rata UMKM tidak menggunakan packaging Food Grade
4. Beberapa produk memiliki masa ketahanan yang tidak lama
5. Tidak memiliki sosial media sebagai media promosi
6. Kurangnya tenaga kerja

Opportunities (Peluang)

1. Produk banyak diminati oleh masyarakat
2. Sesuai dengan kebutuhan masyarakat

3. Produk banyak dicari di kalangan masyarakat untuk suatu acara
4. Pengolahan yang praktis membuat konsumen menghemat waktu
5. Usaha didukung oleh pemerintah setempat

Threats (Ancaman)

1. Banyaknya pesaing pada bidang usaha yang sama
2. Produk mudah ditiru
3. Konsumen mudah cepat bosan karena produk kurang variatif
4. Teknologi terus berkembang

Analisis IFAS

IFAS (Internal Factor Analysis Strategy) merupakan alat strategi bisnis yang digunakan untuk mengevaluasi faktor internal yang mempengaruhi perusahaan. Dalam analisis IFAS, kekuatan dan kelemahan internal perusahaan dievaluasi untuk mengetahui seberapa berpengaruhnya faktor tersebut terhadap kinerja perusahaan.

Analisis faktor internal yang termuat Strength (Kekuatan) dan weakness (Kelemahan) pada UMKM Kuliner RW 09 Menur Pumpungan. Berdasarkan hasil pengamatan diperoleh factor internal sebagai berikut :

Tabel 1 Internal Factor Analysis Strategy

Internal Factor Analysis Strategy (IFAS)				
No	STRENGTH	Bobot	Rating	Skor
1	Pelaku usaha memiliki minat dalam mengembangkan usaha	0,10	3,00	0,29
2	Bahan baku mudah untuk ditemukan	0,14	4,00	0,57
3	Peralatan industri yang memadai	0,10	3,00	0,29
4	Harga ekonomis dan terjangkau	0,10	2,00	0,19
	TOTAL	0,43		1,33
	WEAKNESS			
5	Mayoritas UMKM belum memilik legalitas usaha (NIB)	0,10	1,00	0,10
6	Semua UMKM belum melakukan pembukuan	0,05	3,00	0,14
7	Rata-rata UMKM tidak menggunakan packaging Food Grade	0,14	3,00	0,43
8	Beberapa produk memiliki masa ketahanan yang tidak lama	0,14	1,00	0,14
9	Tidak memiliki sosial media sebagai media promosi	0,10	3,00	0,29
10	Kurangnya tenaga kerja	0,05	3,00	0,14
	TOTAL	0,57		1,24
	TOTAL	1,00		2,57

Analisis faktor internal pada tabel diatas diperoleh total skor 2,57 yang dapat dinyatakan baik. Diketahui total skor dari kekuatan cukup tinggi yaitu 1,33 sedangkan kelemahan 1,24.

Analisis EFAS

EFAS (External Factor Analysis Strategy) merupakan suatu alat analisis strategi bisnis yang digunakan dalam mengevaluasi faktor eksternal yang berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Analisis EFAS mengevaluasi bagaimana peluang dan ancaman eksternal dapat mempengaruhi kinerja perusahaan.

Analisis faktor eksternal yang termuat Opportunity (Peluang) dan Threats (Ancaman) pada UMKM Kuliner RW 09 Menur Pumpungan. Berdasarkan hasil pengamatan diperoleh factor internal sebagai berikut :
Tabel 2 External Factor Analysis Strategy

External Factor Analysis Strategy (EFAS)				
No	OPPORTUNITIES	Bobot	Rating	Skor
1	Produk banyak diminati oleh masyarakat	0,14	3,00	0,43
2	Sesuai dengan kebutuhan masyarakat	0,10	3,00	0,29
3	Produk banyak dicari di kalangan masyarakat untuk suatu acara	0,14	4,00	0,57
4	Pengolahan yang praktis membuat konsumen menghemat waktu	0,10	3,00	0,29
5	Usaha didukung oleh pemerintah setempat	0,14	4,00	0,57
	TOTAL	0,62		2,14
THREATS				
6	Banyaknya pesaing pada bidang usaha yang sama	0,14	1,00	0,14
7	Produk mudah ditiru	0,10	2,00	0,19
8	Konsumen mudah cepat bosan karena produk kurang variative	0,05	3,00	0,14
9	Teknologi terus berkembang	0,10	3,00	0,29
	TOTAL	0,38		0,76
	TOTAL EFAS	1,00		2,90

Dari tabel eksternal diketahui bahwa peluang memiliki skor yang tinggi dibanding skor ancaman yakni peluang 2,14 dan ancaman 0,76. Dapat disimpulkan Perkumpulan UMKM Kuliner Pasar RW 09 dapat memanfaatkan peluang yang ada untuk menutupi segala ancaman.

Hasil dari pembobotan skor IFAS 2,57 dan EFAS 2,90. Sehingga diperoleh posisi usaha UMKM Kuliner RW 09 pada diagram SWOT sebagai berikut

<p>3 Produk banyak dicari di kalangan masyarakat untuk suatu acara</p> <p>4 Pengolahan yg praktis membuat konsumen menghemat waktu</p> <p>5 Usaha didukung oleh pemerintah setempat</p>	<p>2 Meningkatkan kerjasama dengan berbagai mitra</p> <p>3 Mempertahankan harga produk</p>	<p><i>platform</i> media untuk melakukan pemasaran</p>
<p>THREATS</p> <p>1 Banyaknya pesaing pada bidang usaha yang sama</p> <p>2 Produk mudah ditiru</p> <p>3 Konsumen mudah cepat bosan karena produk kurang variative</p> <p>4 Teknologi trs b.kembang</p>	<p>Strategi S-T</p> <p>1 Mempelajari keunikan produk competitor</p> <p>2 Meingkatkan promosi dan penjualan produk</p>	<p>Strategi W-T</p> <p>1 Meningkatkan kegiatan promosi produk dengan media <i>online</i> maupun cetak.</p> <p>2 Meningkatkan penguasaan terhadap teknologi terbaru.</p>

1. Strategi S-O.

Strategi ini bertujuan untuk mendapatkan semua kekuatan dan peluang yang maksimal. Strategi yang dapat digunakan yaitu :

- a) Pertama, mengembangkan bisnis usaha sesuai sumber daya yang ada. Pengembangan bisnis dapat memanfaatkan sumber daya manusia maupun sumber daya lainnya dalam meraih sebuah kesuksesan.
- b) Kedua, meningkatkan kerjasama dengan berbagai mitra, dapat diperuntukan mengetahui berbagai harga bahan baku dan memiliki *supplier* pengganti jika *supplier* pertama tidak bisa memenuhi kebutuhan.
- c) Ketiga, mempertahankan harga produk. Harga produk dapat naik maupun turun sesuai dengan harga bahan baku.

2. Strategi S-T.

Strategi ini memuat kekuatan yang dimiliki untk mengatasi ancaman yang ada. Strategi yang dapat digunakan yaitu :

- a) Pertama, mempelajari keunikan produk kompetitor. Tiap produk mempunyai keunikan masing-masing, setelah mempelajari keunikan kompetitor dapat mengembangkan produk yang sama namun memiliki keunikan tersendiri.
- b) Kedua, meningkatkan promosi dan penjualan produk. Membuat promosi penjualan lewat media sosial akan lebih menarik konsumen dari berbagai kalangan

3. Strategi W-O.

Strategi ini dapat diterapkan dengan memanfaatkan peluang yang ada dengan meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi yang dapat digunakan yaitu :

- a) Pertama, mengikuti berbagai pelatihan untuk pengembangan bisnis. Dalam pelatihan akan mempelajari berbagai hal seperti cara produksi, cara pengemasan, cara promosi dan lain sebagainya.

b) Kedua, membuka berbagai *platform* media untuk melakukan pemasaran.

4. Strategi W-T.

Strategi ini bersifat bertahan dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada dan menghindari ancaman. Strategi yang dapat dilakukan yaitu sebagai berikut :

a) Pertama, meningkatkan kegiatan promosi produk dengan media *online* maupun cetak.

b) Kedua, meningkatkan penguasaan terhadap teknologi terbaru. Teknologi juga berkembang seiring berkembangnya zaman jadi pengusaha akan mengikuti laju teknologi untuk mengembangkan usaha masing-masing



Dokumentasi Kegiatan Bersama Pelaku UMKM

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan strategi pengembangan usaha UMKM Kuliner Pasar RW 09 Menur Pumpungan adalah menerapkan strategi agresif dengan meningkatkan produksi yang diimbangi dengan promosi penjualan di berbagai media. Dengan mengikuti berbagai pelatihan yang diadakan akan memberikan berbagai gambaran pengusaha terhadap produksi kedepan nantinya. Pelatihan tersebut dapat dari segi pengolahan, segi pengemasan atau segi pembuatan konten kreatif promosi. Meningkatkan kemitraan dalam bidang *supplier*, pemasaran, teknologi maupun permodalan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, V. I., Kadang, J., & Adda, H. W. (2023). ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI KEBERLANJUTAN USAHA TOREKO. *Student Scientific Creativity*, 1(2), 245-257. <https://doi.org/10.55606/sscj-amik.v1i2.1268>
- Badriyah, A. L., Wati, N. R., Adelia Rizka, S. S. ., Rohman, M. H. ., & Lumbanraja, K. A. . (2023). SOSIALISASI DAN PELATIHAN SISTEM PEMASARAN BAGI PELAKU UMKM GUNA MENDORONG TERCIPTANYA DIGITAL MARKETING DI KELURAHAN RUNGKUT

- TENGAH. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sabangka*, 2(04 Juli), 391–396. Retrieved from <https://azramedia-indonesia.azramediaindonesia.com/index.php/sabangkaabdimas/article/view/641>
- Dwi Putri, D. K. A., Muna, E. O. I. ., Astuti, N. H. D. ., Wijaya, R. P. ., & Simatupang, S. R. . (2023). PENDAMPINGAN SERTIFIKASI HALAL DAN NIB BAGI UMKM DI KELURAHAN RUNGKUT TENGAH, GUNUNG ANYAR, KOTA SURABAYA. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sabangka*, 2(04 Juli), 397–402. Retrieved from <https://azramedia-indonesia.azramediaindonesia.com/index.php/sabangkaabdimas/article/view/642>
- Dieva, D. P., & Dermawan, R. (2023). PENGEMBANGAN UMKM MELALUI OPTIMALISASI BRANDING PADA “BILA CATERING” DESA TEGALREJO, PROBOLINGGO. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkarya*, 2(03 Juni), 94–100. Retrieved from <https://azramedia-indonesia.azramediaindonesia.com/index.php/abdimasberkarya/article/view/643>
- Fikram, M. (2023). ANALISIS STRATEGI PERSAINGAN DENGAN PENDEKATAN ANALISIS SWOT MENINGKATKAN LABA UMKM PENJUAL TAHU TEK DI DESA KETAJEN. *Revenue*, 3(2), 652–661. Retrieved from <https://revenue.lppmbinabangsa.id/index.php/home/article/view/137/191>
- INDY MILLANI, A., Rani Maghfiratul Layli, Sukma Alexander Putri, & Calvin. (2023). PENDAMPINGAN UMKM KUE BASAH DI KELURAHAN GUNUNG ANYAR MELALUI DESAIN LOGO, KEMASAN, DAN MERK. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sabangka*, 2(04 Juli), 403–308. Retrieved from <https://azramedia-indonesia.azramediaindonesia.com/index.php/sabangkaabdimas/article/view/651>
- Indirahma Putri Zahra, K. A. (2021). PENDAMPINGAN DAN PENGEMBANGAN INOVASI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) TOKO KUENAK DI CIPUTAT. *jurnal UMJ*, 1–4. Retrieved from <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat/article/view/11089/6327>
- Nurlela, & Raflah, W. J. (2021). PENGGUNAAN ANALISIS SWOT DALAM MENGEMBANGKAN POTENSI USAHA DODOL NENAS KELOMPOK TANI TUNAS MAKMUR SUNGAI PAKNING. *Inovasi Bisnis*, 9, 1–6. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v9i1.1641>
- Pandu Dewa Dana, Marcianda Pinkan Y, Fitria Nuraini, Geanabella Bahrossafa A, Rohma Kusuma Zulianti, & Gideon Setyo Budi Witjaksono. (2023). PENDAMPINGAN PENGUATAN STRATEGI BRANDING UMKM KUE BASA DAN KUE KERING “FAHMI JAYA KUE”. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkarya*, 2(03 Juni), 105–110. Retrieved from <https://azramedia-indonesia.azramediaindonesia.com/index.php/abdimasberkarya/article/view/672>
- Rahman, K. G., Rachma, N., & Marlinah, A. (2023). ANALISIS SWOT DAN KEUANGAN UMKM DALAM RANGKA PENGEMBANGAN

EKONOMI MASYARAKAT. *Masyarakat Mandiri*, 7(1), 221-230.
<https://doi.org/10.31764/jmm.v7i1.11991>

Rangkuti, F. (2004). ANALISIS SWOT TEKNIK MEMBEDAKAN KASUS
BISNIS. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Vallerina, T. (2023). PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA MELALUI
ANALISIS SWOT PADA UMKM DI DESA LEMAHSUBUR.
Pengabdian Mahasiswa, 2(1), 832-839. Retrieved from
<https://journal.ubpkarawang.ac.id/index.php/AJPM/article/view/3672/2456>