

MANAJEMEN STRATEGI DALAM EVALUASI SWOT UNTUK USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM): LITERATURE REVIEW

Mirzam Arqy Ahmadi¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia^{1,2,3}

Maa692@ums.ac.id*

Abstract

The development of MSMEs in Indonesia is currently very rapid, various types of industry, both goods and MSME services, have spread widely in Indonesia. The increase in MSMEs is influenced by several factors, one of which is the superiority of MSMEs themselves. The important role given by MSMEs in national economic development and employment has made MSMEs increasingly advanced and developing today. As MSMEs develop, this will be accompanied by increased competition between one MSME and another. This means that business actors must implement strategic management to win global economic market competition. In this research the strategy is focused on SWOT analysis of MSMEs. SWOT analysis involves internal factors such as strengths and weaknesses as well as external factors such as opportunities and threats. The result of this research is that strategic management helps integrate SWOT evaluation results into concrete action plans, so that MSMEs can optimize resources, respond to environmental changes, and achieve sustainable business growth. Alignment between SWOT evaluation results and long-term business goals, a stakeholder-oriented approach, the use of information technology and analytics are key elements in achieving success for MSMEs in the complex and competitive era of globalization..

Keywords: Strategic management, SWOT analysis, MSMEs

Abstrak

Perkembangan UMKM di Indonesia saat ini sangatlah pesat, berbagai jenis industri baik barang maupun jasa UMKM telah menyebar luas di Indonesia. Meningkatnya UMKM dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya keunggulan dari UMKM itu sendiri. Peran penting yang diberikan oleh UMKM dalam pembangunan ekonomi nasional dan penyerapan tenaga kerja membuat UMKM semakin maju dan berkembang dewasa ini. Seiring dengan berkembangnya UMKM akan diikuti dengan meningkatnya persaingan antara UMKM satu dengan yang lainnya, Hal tersebut membuat pelaku usaha harus menerapkan manajemen strategi untuk memenangkan persaingan pasar ekonomi global. Dalam penelitian ini strategi difokuskan pada analisis SWOT pada UMKM. Analisis SWOT melibatkan faktor internal seperti strength dan weakness serta faktor eksternal seperti opportunity dan threats. Hasil dari penelitian ini yaitu manajemen strategi membantu mengintegrasikan hasil evaluasi SWOT ke dalam rencana tindakan yang konkret, sehingga UMKM dapat mengoptimalkan sumber daya, merespons perubahan lingkungan, dan mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Keselarasan antara hasil evaluasi SWOT dengan tujuan bisnis jangka panjang, pendekatan berorientasi pada pemangku kepentingan, penggunaan teknologi informasi, dan analitik menjadi elemen-elemen kunci dalam mencapai kesuksesan UMKM di era globalisasi yang kompleks dan kompetitif.

Kata Kunci: Manajemen strategi, analisis SWOT, UMKM.

PENDAHULUAN

Saat ini pemerintah sedang berfokus dalam menhadapi era modernisasi global dengan melakukan penyiapan lapangan kerja serta peningkatan keterampilan sumber daya manusia dalam rangka mewujudkan Indonesia yang berdaulat di bidang ekonomi dan UMKM (Istiqomah & Mahendra, 2022). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam pembangunan ekonomi nasional dan penyerapan tenaga kerja. Karena itu para pelaku usaha harus memiliki strategi yang mampu bersaing dengan produk lainnya. Usaha yang ingin berkembang dan bertahan dalam satu lingkungan bisnis harus dapat memberikan sesuatu seperti produk atau jasa yang bernilai lebih tinggi dari pesaing. Nilai tersebut dapat ditunjang dari beberapa aspek seperti kualitas, pelayanan, dan hal lain yang berorientasi kepada pelanggannya (customer oriented). Perubahan lingkungan bisnis menuntut pelaku usaha untuk semakin berorientasi kepada pasar (market oriented). Perusahaan atau pelaku usaha yang mengerti keinginan konsumen sekaligus mampu memberikan kepuasan kepada konsumen akan memenangkan persaingan (Pudyastuti & Saputra, 2021).

UMKM berkontribusi dalam peningkatan pendapatan nasional sebagai sektor yang berperan dalam membuka lapangan kerja bagi 96,87% angkatan kerja di Indonesia. UMKM memiliki posisi penting berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UMKM memaparkan bahwa kontribusi UMKM pada Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai 60,34% di tahun 2017. Kontribusi tersebut masih dapat ditingkatkan karena UMKM berperan dalam porsi ekspor di Indonesia mencapai 15,7% (Pakpahan & Pakpahan, 2020). Faktor keunggulan dari UMKM yang dapat membuat UMKM memberikan banyak kontribusi kepada perekonomian adalah sifatnya UMKM yang fleksibel, adaptif, kemampuan menyerap tenaga kerja dengan pendidikan yang beragam serta mampu bertahan dengan segala situasi ekonomi (Hastuti et al., 2020). Dengan meningkatnya daya kompetitif dan persaingan di dunia ekonomi global yang semakin cepat, UMKM haru menyusun rencana dan langkah strategis agar mampu berkompetisi dalam persaingan ekonomi global.

Strategi merupakan alat yang penting bagi pelaku bisnis atau perusahaan, dalam

perubahan pola persaingan yang ketat maka strategi suatu perusahaan harus disesuaikan atau diubah untuk memperoleh peluang-peluang dan menghindari ancaman dari para pesaing (Wijandari & Sumilah, 2021). Salah satu strategi yang dapat diterapkan di UMKM adalah analisis SWOT yang berguna untuk memberikan suatu pandangan agar UMKM menjadi lebih fokus sehingga dalam penempatan analisis SWOT bisa dijadikan sebagai pembanding dari berbagai sudut pandang. Aspek yang dianalisis dari SWOT yaitu kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (Alchamdi & Nurjaman, 2022). Dalam penelitian ini, penulis melakukan literature review mengenai manajemen strategi dalam evaluasi SWOT pada UMKM.

KAJIAN PUSTAKA

Manajemen strategis merupakan suatu rangkaian aktivitas terhadap pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan komprehensif, disertai dengan penetapan implementasi yang dibuat oleh pimpinan dan dilaksanakan oleh seluruh pihak yang terlibat dalam suatu perusahaan untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Manajemen strategis didasarkan pada seluruh ruang lingkup pekerjaannya, dengan demikian dapat dimanfaatkan secara baik untuk lingkungan makronya. Proses manajemen strategis terdiri dari tiga tahap yaitu (Yunus, 2016):

1. Formulasi strategi: Termasuk mengembangkan visi dan misi, mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan tujuan jangka panjang, merumuskan alternatif strategi, dan memilih strategi tertentu yang akan dilaksanakan.
2. Implementasi strategi: Mengembangkan budaya yang mendukung strategi, menciptakan struktur organisasi yang efektif dan mengarahkan usaha pemasaran, menyiapkan anggaran, mengembangkan dan memberdayakan sistem informasi, dan menghubungkan kinerja karyawan dengan kinerja organisasi.
3. Evaluasi strategi: Bertujuan untuk mendapatkan informasi kapan strategi tidak dapat berjalan. Seluruh strategi dapat dimodifikasi di masa mendatang karena faktor internal dan eksternal yang berubah.

Salah satu strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan,

peluang dan ancaman dalam suatu bisnis yaitu analisis SWOT. Proses ini melibatkan penentuan yang spesifik agar dapat mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang dapat mendukung dan tidak mendukung dalam mencapai tujuan perusahaan. Analisis SWOT membandingkan antara faktor internal berupa kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness) serta faktor eksternal berupa peluang (opportunity) dan ancaman (threats) (Alchamdi & Nurjaman, 2022). Beberapa teknik analisis SWOT yang dipaparkan oleh (Lestari, 2019) dalam penelitiannya yaitu:

1. Teknik pengumpulan informasi lisan atau dengan cara mendengar baik secara formal maupun non formal.
2. Teknik pengumpulan informasi tertulis atau dokumentasi yang didapatkan dengan cara membaca informasi yang disediakan oleh orang lain untuk berbagai tujuan.
3. Teknik pengamatan langsung menuju ke tempat tujuan pengamatan.
4. Teknik peramalan secara formal melalui berbagai faktor yang ada di lingkungan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah teknik literature review yang melibatkan serangkaian langkah untuk mengumpulkan informasi dari sejumlah artikel sebelumnya yang ditemukan dalam basis data Google Scholar dan Science Direct. Pencarian dilakukan dengan menggunakan istilah "Manajemen Strategi Dalam Evaluasi SWOT Untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)" yang diambil dari jurnal penelitian yang telah dibaca, direkam, dan dianalisis. Sampel penelitian terdiri dari jurnal yang diterbitkan dalam periode 5 tahun sebelum penelitian ini, yaitu dari tahun 2018 hingga tahun 2023, yang mengandung publikasi dengan judul serupa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan elemen ekonomi yang sangat vital di banyak negara dan memegang peran yang semakin signifikan dalam mempromosikan pertumbuhan ekonomi global. Di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat, kemampuan UMKM untuk merancang dan menerapkan strategi yang

sesuai menjadi faktor utama dalam mencapai kesuksesan (Sarfhah, 2019). Memahami konsep Manajemen Strategi dalam kerangka UMKM menjadi krusial karena UMKM memiliki ciri-ciri yang berbeda jika dibandingkan dengan perusahaan besar. UMKM seringkali menghadapi keterbatasan sumber daya, dinamika pasar yang cepat, dan tantangan unik dalam mengenali serta memanfaatkan peluang bisnis (Zaelani, 2019).

Dalam beberapa tahun terakhir, kita telah menyaksikan perubahan signifikan dalam lingkungan bisnis yang semakin rumit dan penuh persaingan, membuat tindakan dan pengambilan keputusan bisnis semakin rumit. Oleh karena itu, merencanakan dan merumuskan strategi perusahaan menjadi faktor kunci dalam menghadapi tantangan ini. Strategi adalah suatu kerangka yang mencakup tujuan, maksud, dan sasaran perusahaan, serta prinsip utama dan rencana untuk mencapainya, yang menggambarkan jenis bisnis yang dijalankan oleh perusahaan. Selain itu, strategi juga mencerminkan bagaimana pemimpin bisnis perusahaan menerjemahkan visi dan filosofi mereka ke dalam tindakan nyata. Pengertian ini menekankan bahwa strategi berkaitan dengan keputusan penting yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan individu atau organisasi dalam dunia bisnis.

Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) digunakan sebagai alat yang umum digunakan oleh perusahaan, tanpa memandang ukuran atau sektor industri. Namun, perlu diakui bahwa bagi UMKM, mencari mitra kolaborasi yang efektif dan mengumpulkan informasi yang penting menjadi tantangan karena keterbatasan sumber daya dan akses ke informasi jika dibandingkan dengan perusahaan besar (Pereira, et al., 2021). Mulyadi (2007) mengidentifikasi empat tahap kunci dalam manajemen strategi untuk membentuk masa depan perusahaan, yang mencakup:

1. Perencanaan profitabilitas jangka panjang, yang melibatkan tiga tahapan utama:
 - a. Pembuatan strategi (strategy formulation)
 - b. Perencanaan strategis (strategic planning)
 - c. Pengaturan program (programming)
2. Perencanaan profitabilitas jangka pendek (short-range profit planning)
3. Implementasi (implementation)
4. Pemantauan (monitoring)

Untuk menjaga kelangsungan bisnis, diperlukan pengelolaan jangka panjang. Proses ini melibatkan serangkaian langkah, termasuk merumuskan strategi yang mencakup pengembangan visi dan misi perusahaan, mengidentifikasi peluang dan tantangan eksternal yang dihadapi perusahaan, menilai kekuatan dan kelemahan internal perusahaan, menetapkan tujuan jangka panjang, merancang beberapa opsi strategi untuk perusahaan, dan memilih strategi tertentu untuk diimplementasikan. Dalam merumuskan strategi, ada beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan:

1. Faktor lingkungan internal, yang melibatkan perencanaan strategis untuk mengevaluasi berbagai aspek perusahaan seperti pemasaran dan distribusi, penelitian dan pengembangan, produksi dan operasi, sumber daya dan tenaga kerja, serta keuangan dan akuntansi. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi di mana perusahaan memiliki kapabilitas kunci yang memungkinkan pemanfaatan peluang dengan cara yang paling efisien dan kemampuan untuk mengatasi ancaman.
2. Faktor lingkungan eksternal, yang mencakup faktor-faktor di luar organisasi yang bisa berupa tekanan dan tren umum dalam lingkungan bisnis.

Analisis SWOT diperlukan untuk memadukan sumber daya internal dengan kondisi eksternal perusahaan. (Inayati, 2018). Dalam konteks UMKM, evaluasi SWOT menjadi kunci untuk mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang memengaruhi kesuksesan atau kegagalan bisnis, terutama ketika sumber daya terbatas dan persaingan yang ketat menjadi kendala utama (Sianturi, 2020). Manajemen strategi, sebagai sebuah kerangka kerja yang merinci rencana tindakan dan langkah-langkah pelaksanaannya, berperan penting dalam membantu UMKM memaksimalkan hasil dari evaluasi SWOT. Ini menekankan pentingnya mengidentifikasi kekuatan internal yang dapat dijadikan sebagai keunggulan kompetitif. Di sisi lain, penilaian kelemahan internal menjadi dasar untuk perbaikan dan perkembangan bisnis. Sementara itu, mengenali peluang dari luar dan menghadapi ancaman membantu UMKM dalam merancang strategi yang adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis. Manajemen strategi membantu dalam merumuskan tindakan konkret berdasarkan temuan dari evaluasi SWOT, dan juga memberikan panduan kepada UMKM untuk mengelola sumber daya mereka dengan efisiensi (Salsabila, et al., 2023).

Ada beragam pendekatan yang dapat digunakan untuk menggabungkan manajemen strategi dengan evaluasi SWOT. Keselarasan antara hasil evaluasi SWOT dan tujuan jangka panjang perusahaan sangat penting, untuk memastikan bahwa setiap langkah yang diambil mendukung pencapaian visi dan misi organisasi. Selain itu, pendekatan berdasarkan pemangku kepentingan juga menjadi pertimbangan, di mana UMKM mempertimbangkan sudut pandang dan kepentingan pihak-pihak terkait dalam merumuskan strategi. UMKM juga dapat memperbaiki manajemen strategi selama proses evaluasi SWOT untuk mencapai kesuksesan bisnis yang berkelanjutan. Penggunaan teknologi informasi dan analitik memiliki peran kunci dalam memperkuat evaluasi SWOT, memungkinkan UMKM untuk mengumpulkan dan menganalisis data dengan lebih akurat, sehingga hasil evaluasi menjadi lebih obyektif dan didukung oleh data. (Mashuri & Nurjannah, 2020).

Pembahasan

Pengembangan bisa diartikan sebagai usaha untuk meningkatkan pengetahuan konseptual, teoritis, keterampilan teknis, dan etika individu sesuai dengan persyaratan pekerjaan atau perannya, melalui proses pendidikan dan pelatihan. Dalam konteks UMKM, pengembangan lebih fokus pada menjadikan mereka peserta ekonomi yang kompetitif dengan menguatkan aspek kewirausahaan dan meningkatkan produktivitas. Ini dilakukan dengan cara beradaptasi dengan kebutuhan pasar, memanfaatkan inovasi, dan menerapkan teknologi. Sektor UMKM menjadi salah satu fokus utama dalam upaya menggerakkan pertumbuhan ekonomi Indonesia (Adiningrum, et al., 2022). Secara keseluruhan dari analisis berbagai faktor, dapat dirumuskan beberapa strategi pengembangan usaha seperti berikut ini:

1. Pemilihan Lokasi yang Tepat

Menentukan dengan cermat lokasi bisnis sangat penting. Keberhasilan bisnis sangat terkait dengan faktor-faktor seperti stabilitas ekonomi, persaingan, situasi politik, dan lainnya. Lokasi yang strategis dapat membantu UMKM untuk tumbuh dan berkembang.

2. Memanfaatkan Dukungan Modal dari Pemerintah

Selain modal pribadi, memanfaatkan bantuan modal dari pemerintah, seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR), dapat menjadi sumber daya tambahan yang berharga bagi UMKM.

Pemerintah juga memiliki peran dalam mendukung keberlangsungan UMKM.

3. Meningkatkan Kapasitas Penjualan

Meningkatnya daya beli masyarakat dan kemajuan teknologi adalah peluang bagi UMKM. Dengan memastikan ketersediaan bahan baku dan kapasitas produksi yang memadai, UMKM dapat memanfaatkan peluang ini.

4. Mempertahankan Pelanggan Tetap

Menjaga hubungan baik dengan pelanggan yang sudah ada dan memaksimalkan jumlah pelanggan tetap dapat memastikan kontinuitas bisnis dan meningkatkan penjualan.

5. Inovasi dan Variasi Produk

Menambah variasi dalam produk dengan inovasi rasa, warna, dan fitur lainnya adalah cara untuk memikat pelanggan dan meningkatkan penjualan.

6. Pemanfaatan Teknologi untuk Promosi: Menggunakan teknologi untuk promosi yang lebih intensif dapat membantu UMKM mengambil peluang dalam memasarkan produk mereka secara efektif.

7. Penerapan Sistem Manajemen Usaha

Menerapkan sistem manajemen usaha yang mencakup pencatatan keuangan dan administrasi dapat membantu UMKM memahami efisiensi biaya dan meningkatkan margin keuntungan.

8. Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia

Melalui pendidikan dan pelatihan, UMKM dapat meningkatkan kualitas dan keterampilan sumber daya manusia mereka, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kapasitas produksi dan kualitas layanan.

Dengan analisis SWOT, organisasi memiliki kemampuan untuk menggunakan keunggulan, mengatasi kelemahan, mengoptimalkan peluang, dan mengurangi potensi dampak dari ancaman. Ini memungkinkan SWOT untuk mengidentifikasi permasalahan yang dianggap sebagai faktor kunci dalam performa organisasi baik saat ini maupun di masa depan (Rahayu, et al., 2022). Ini memberikan pemahaman yang dalam tentang peran vital manajemen strategi dalam konteks Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam merancang dan menjalankan strategi yang sesuai. UMKM memiliki peran penting dalam ekonomi global dan beroperasi dalam lingkungan bisnis yang semakin kompleks

dan penuh persaingan. Analisis SWOT merupakan alat yang krusial dalam membantu UMKM mengenali kekuatan internal, mengatasi kelemahan, memanfaatkan peluang dari luar, serta menghadapi ancaman. Dalam kerangka ini, manajemen strategi memegang peran sentral dalam menghubungkan hasil evaluasi SWOT dengan langkah-langkah konkrit pelaksanaan. Dengan melalui manajemen strategi, UMKM dapat mengoptimalkan penggunaan sumber daya mereka, merumuskan rencana tindakan yang adaptif terhadap perubahan, dan mencapai kesuksesan bisnis yang berkelanjutan (Adiningrum, et al., 2022).

Analisis SWOT adalah salah satu metode yang dapat digunakan oleh para pelaku UMKM untuk menganalisis usaha mereka dengan tujuan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam rangka menciptakan keunggulan kompetitif. Sayangnya, alat analisis ini masih jarang digunakan oleh pelaku UMKM karena kurangnya pemahaman tentang konsep dan langkah-langkah analisis yang diperlukan. Dengan memberikan pelatihan dan pendidikan kepada pelaku usaha, hambatan ini dapat diatasi.

Analisis SWOT melibatkan penilaian faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman). Tujuan utamanya adalah memberikan pedoman tentang bagaimana menjaga keunggulan yang dimiliki dan memanfaatkan peluang yang ada, mengatasi kekurangan yang dimiliki, serta menghadapi potensi ancaman. Selain itu, analisis SWOT membantu perusahaan mempersiapkan diri untuk mengatasi berbagai tantangan yang mungkin timbul, merenungkan prospek bisnis, dan merencanakan upaya pengembangan.

Selain itu, penting untuk menekankan integrasi manajemen strategi dengan evaluasi SWOT dalam konteks UMKM. Keselarasan antara hasil evaluasi SWOT dan tujuan jangka panjang menjadi langkah kunci. Pendekatan yang berfokus pada pemangku kepentingan juga relevan, dengan mempertimbangkan pandangan dan kepentingan pihak terkait dalam merumuskan strategi. Penggunaan teknologi informasi dan analitik juga menjadi elemen penting dalam memperkuat evaluasi SWOT, memungkinkan UMKM untuk mengumpulkan dan menganalisis data dengan lebih akurat. Secara keseluruhan, penelitian ini menyoroti bahwa manajemen strategi yang terintegrasi dengan evaluasi

SWOT dapat menjadi dasar bagi UMKM untuk mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan dan menghadapi tantangan bisnis di era globalisasi (Zaelani, 2019).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil review dapat disimpulkan pentingnya peran manajemen strategi dalam konteks usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam merumuskan dan melaksanakan strategi yang tepat. UMKM merupakan pilar ekonomi yang krusial, dan dalam era persaingan bisnis yang semakin sengit, kemampuan UMKM untuk mengidentifikasi kekuatan internal, mengatasi kelemahan, memanfaatkan peluang eksternal, dan menghadapi ancaman sangat menentukan kesuksesan bisnis. Analisis SWOT adalah alat yang paling banyak digunakan oleh UMKM untuk mencapai pemahaman yang lebih baik tentang posisi mereka di pasar dan lingkungan bisnis. Manajemen strategi membantu mengintegrasikan hasil evaluasi SWOT ke dalam rencana tindakan yang konkret, sehingga UMKM dapat mengoptimalkan sumber daya, merespons perubahan lingkungan, dan mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Keselarasan antara hasil evaluasi SWOT dengan tujuan bisnis jangka panjang, pendekatan berorientasi pada pemangku kepentingan, penggunaan teknologi informasi, dan analitik menjadi elemen-elemen kunci dalam mencapai kesuksesan UMKM di era globalisasi yang kompleks dan kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiningrum, L. et al., 2023. Analisis Strategi Bisnis Kedai Kopi Coffe Latar. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(1), pp. 587-601.
- Alchamdi, M. F., & Nurjaman, A. (2022). Manajemen Strategi UMKM Rajut Di Desa Parungseah Melalui Kegiatan KKM Dengan Pendekatan Analisis. *JURNAL PENGABDIAN HASPI*, 1(01), 57–62.
- Hastuti, P., Nurofik, A., Purnomo, A., Hasibuan, A., Aribowo, H., Faried, A. I., Tasnim, Ta., Sudarso, A., Soetijono, I. K., & Saputra, D. H. (2020). *Kewirausahaan dan UMKM*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Inayati, T., 2018. Perumusan Strategi Dengan Analisis SWOT Pada Usaha Kecil Menengah, 1(1), pp. 218.
- Istiqomah, I. W., & Mahendra, A. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Penyuluhan Inovasi Pengolahan Singkong Dan Opak Sebagai Upaya Pengembangan Produk Unggulan Di Desa Bleberan Kecamatan Jatirejo Kabupaten

- Mojokerto. Jurnal Pengabdian Masyarakat, 3(1).
<https://doi.org/10.32815/jpm.v3i1.259>
- Lestari, A. S. (2019). Penerapan Manajemen Strategik Dengan Analisis SWOT Pada SMP Negeri 4 Kendari. *Jurnal Isema: Islamic Educational Management*, 4(1), 1–24.
- Mashuri & Nurjannah, D., 2020. Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Perbankan Syariah*, 1(1), pp. 97-113.
- Pakpahan, A., & Pakpahan, A. K. (2020). COVID-19 dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*.
<https://doi.org/10.26593/jihi.v0i0.3870.59-64>
- Pereira, L. et al., 2021. The New SWOT for a Sustainable World. *Journal Open Innovation*, 7(18), pp. 1-31.
- Pudyastuti, E., & Saputra, A. (2021). Upaya peningkatan keunggulan bersaing usaha mikro kecil dan menengah (umkm) di kota medan di masa pandemi covid-19. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(3), 437–449.
- Rahayu, V. P., Astuti, F. R., Mustangin & Sandy, A. T., 2022. Analisis SWOT dan Business Model Canvas (BMC) Sebagai Solusi Dalam Menentukan Strategi Pengembangan Usaha Kuliner. *International Journal of Community Service Learning*, 6(1), pp. 1-15.
- Salsabila, A., Anugrah, B. & Dwivian, T., 2023. Strategi Manajemen Pemasaran UMKM RW 11 Semolowaru Menggunakan Metode Analisis SWOT Guna Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(3), pp. 31-40.
- Sarfiah, 2019. UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal Riset Ekonomi Pembangunan*, 4(2), pp. 1-15.
- Sianturi, R. D., 2020. Manajemen Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT Pada UMKM Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Journal Business and Economics*, 1(1), pp. 45-50.
- Wijandari, A., & Sumilah, N. (2021). Sosialisasi Manajemen Strategi Pemasaran Di UMKM Kecamatan Cileungsi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (Jpmm)*, 1(1), 61–64.
- Yunus, E. (2016). *Manajemen strategis*. Penerbit Andi.
- Zaelani, I. R., 2019. Peningkatan Daya Saing UMKM Indonesia: Tantangan Dan Peluang Pengembangan IPTEK. *Jurnal Transborders*, 3(1), pp. 15-35.