

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM JAMU HERBAL MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT DAN AHP (STUDI KASUS : UMKM AIDA BALE REMPAH DAN JAMU IBUNUR)

Rojulia Siregar¹ dan Mikhratunnisa²

¹Mahasiswa Program Studi Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Teknologi Sumbawa, Indonesia rojuliasiregar@gmail.com

²Program Studi Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Teknologi Sumbawa, Indonesia mikhratunnisa@uts.ac.id

ABSTRAK

Jamu Herbal adalah salah satu produk UMKM yang ada di Kecamatan Sumbawa yang sebagian besar bahan bakunya diperoleh dari daerah tersebut sehingga cukup potensial untuk dikembangkan dan diproduksi. Tujuan penelitian ini adalah mendapatkan strategi dan menentukan prioritas strategi dalam pengembangan UMKM di Kecamatan Sumbawa. Metode analisis yang digunakan adalah analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) dan *Analytical Hierarchy Process* (AHP) untuk mendapatkan prioritas strategi. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa posisi UMKM Jamu Herbal berada pada Kuadran I yakni dalam kondisi mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (strategi berorientasi pertumbuhan). Selanjutnya alternatif strategi yang memiliki prioritas tertinggi berdasarkan AHP adalah mempertahankan produk yang sudah ada agar tetap mempertahankan keunggulan.

Kata kunci; Analisis AHP; Analisis SWOT; Jamu; Strategi pengembangan.

ABSTRACT

Jamu Herbal is one of the Ministry of Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) products in Sumbawa District, where most of the raw materials are obtained from the area so that it has enough potential to be developed. This study aims to get a strategy and determine strategic priorities in the development of MSMEs in Sumbawa District. The analytical method used is SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) and Analytical Hierarchy Process (AHP) to obtain strategic priorities. The based on the results of the study, it was found that the position of Jamu Herbal MSME is in the first quadrant, namely in conditions of supporting aggressive growth policies (growth-oriented strategy). Furthermore, the alternative strategy with the highest priority based on AHP is to maintain existing products to continue to provide excellence.

Keywords; AHP analysis; Development strategy; Jamu; SWOT analysis.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang termasuk dalam kategori negara berkembang, dengan perkembangan yang banyak menghasilkan produk rempah- rempah. Perkembangan ekonomi di Indonesia saat ini tidak lepas dari peran Usaha Mikro dan Kecil Dan Menengah (UMKM). UMKM adalah usaha produktif yang dijalankan oleh perorangan atau kelompok sebagai usaha mikro.

UMKM berperan penting dalam upaya pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat dan menjadi sarana pengentasan kelaparan dan pengentasan kemiskinan (Yuyut, 2020).

Pertumbuhan UMKM di Indonesia selalu menjadi perhatian utama dari berbagai pihak, termasuk pemerintah. Hal ini dikarenakan peran dan kontribusi UMKM dalam menjalankan perekonomian negara sangat penting ketika melihat jumlah usaha yang dominan, dengan tingginya penyerapan tenaga kerja, signifikannya kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, serta peran mereka dalam meningkatkan nilai ekspor (Amelia *et al*, 2017).

Analisis SWOT merupakan alat analisis yang efektif jika digunakan dengan tepat. SWOT merupakan singkatan dari kata kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*). Kekuatan dan kelemahan merupakan faktor internal yang dimiliki oleh suatu organisasi atau perusahaan, sementara peluang dan ancaman merupakan faktor eksternal atau faktor lingkungan yang dihadapi oleh perusahaan. Keunggulan analisis SWOT terletak pada kemampuan pengambilan keputusan strategis perusahaan untuk memaksimalkan kekuatan dan memanfaatkan peluang, dan sekaligus meminimalkan kelemahan dan mengatasi ancaman yang ada. Jika para pengambil keputusan strategis mampu melaksanakan kedua hal tersebut, maka akan dapat menentukan dan memilih strategi yang efektif untuk mencapai hasil yang diinginkan. AHP adalah salah satu metode yang mendukung penyusunan suatu prioritas dari berbagai pilihan dengan menggunakan beberapa kriteria atau multi-kriteria (Pahlevi, 2020).

Kabupaten Sumbawa merupakan wilayah dengan lahan yang cukup luas, sehingga banyak warga setempat yang menggunakan lahan tersebut untuk menanam rempah – rempah tradisional seperti jahe, sereh, laos, temulawak, dan kunyit. Ketersediaan rempah - rempah tersebut yang dapat dengan mudah ditemui disekitar warga, tentu memiliki potensi untuk dapat diolah menjadi minuman tradisional. Salah satu minuman tradisional yang dapat diolah dari rempah-rempah tersebut adalah minuman herbal berupa jamu herbal (Budiman *et al*, 2020).

Dalam menjalankan usaha bisnisnya, UMKM jamu herbal khususnya UMKM Aida Bale Rempah dan Jamu IbuNur di Kecamatan Sumbawa telah menunjukkan peranannya dalam perekonomian namun masih menghadapi berbagai permasalahan yang dihadapi dalam meningkatkan kemampuan usaha meliputi berbagai aspek yang dimana kurangnya permodalan, kurangnya kemampuan material, dan terbatasnya pemasaran. Disamping itu terdapat juga

persaingan dengan usaha lain. Bermula dari pandemi Covid-19 yang menyarankan mengonsumsi minuman herbal dan banyak masyarakat yang memutuskan untuk mengonsumsi minuman jamu herbal dan dijadikan sebagai mata pencaharian.

Perkembangan perusahaan ditentukan oleh adanya kemampuan membangun, mengembangkan, dan menerapkan strategi yang tepat karena dapat mengantarkan untuk mencapai tujuan. Hal ini diperlukan agar perusahaan dapat tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan. Dalam hal ini jamu herbal yang berada di Kecamatan Sumbawa harus dapat mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang mereka miliki untuk memutuskan strategi yang sesuai untuk pengembangan Jamu Herbal Sumbawa. Oleh sebab itu, salah satu cara yang dapat dilakukan dengan analisis SWOT untuk menetapkan strategi Jamu Herbal. Hasil dari pencapaian perusahaan bisa diatur dalam faktor internal dan eksternal, dengan hasil pencapaian perusahaan alternatif strategi dapat direalisasikan dengan metode AHP. Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang penelitian ini dilakukan dalam rangka “Analisis Strategi Pengembangan UMKM Jamu Herbal Menggunakan Analisis SWOT dan AHP (Studi Kasus: UMKM Aida Bale Rempah dan Jamu Ibu Nur)”. Tujuan penelitian ini adalah mendapatkan strategi dan menentukan prioritas strategi dalam pengembangan UMKM di Kecamatan Sumbawa Studi Kasus: UMKM Aida Bale Rempah dan Jamu Ibu Nur).

METODOLOGI

Data yang digunakan dalam penelitian yakni data primer yang diperoleh langsung dari sumbernya. Responden dalam penelitian ini sebanyak 6 orang yakni orang yang benar-benar mengetahui dan ahli, serta berhubungan langsung dengan masalah dalam penelitian ini. Adapun Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu:

- a. Observasi
- b. Wawancara
- c. Dokumentasi

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1. Analisis SWOT

Dalam analisis SWOT dilakukan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Adapun tahapan dalam analisis SWOT sebagai berikut (Aditya *et, al* 2020).

- a) Mengumpulkan data yang relevan dengan permasalahan yang diteliti meliputi gambaran umum perusahaan, pengelolaan, fasilitas, pemasaran, sumberdaya yang dimiliki, dan data pendukung lainnya
- b) Menganalisis data yakni dengan menentukan faktor internal (*Strengths* dan *Weaknesses*) dan faktor eksternal (*Opportunities* dan *Threats*) yang kemudian digunakan sebagai perumusan strategi yakni matriks SWOT yang terdiri dari matriks IFAS dan matriks EFAS
- c) Mengidentifikasi variabel-variabel yang dapat digunakan untuk pengembangan perusahaan
- d) Penarikan kesimpulan

2. Analytical Hierarchy Process (AHP)

AHP digunakan untuk menentukan atau menemukan alternatif strategi prioritas yang dapat digunakan oleh perusahaan. Adapun tahapan dalam AHP sebagai berikut (Aditya *et, al* 2020):

- a) Pembentukan hirarki dari masing-masing faktor internal dan eksternal
- b) Pembobotan kriteria yang dilakukan berdasarkan kebijakan pembuat keputusan dengan menilai tingkat kepentingan satu elemen terhadap elemen lainnya (dengan bantuan tabel skala penilaian perbandingan berpasangan).
- c) Perhitungan bobot kriteria serta perhitungan alternatif
- d) Penentuan strategi prioritas
- e) Kesimpulan

Dalam analisis data menggunakan AHP menggunakan perangkat lunak Microsoft Excel dan Expert Choice sebagai alat bantu.

PEMBAHASAN

1. Identifikasi Faktor Internal

Analisis lingkungan internal dilakukan dengan menggunakan matriks IFAS (*Internal Strategic Factor Analisis Summary*). Matriks IFAS berfungsi untuk mengetahui seberapa besar

peranan faktor internal yang terdapat pada suatu perusahaan. Pada matriks IFAS dapat dilihat bahwa terdapat 13 Kekuatan dan sembilan kelemahan yang dimiliki oleh usaha Jamu Herbal.

Tabel 1. Faktor Internal

FAKTOR INTERNAL (<i>strengths & weaknesses</i>)				
No	<i>Strengths</i>	Bobot	Rating	Skor
1.	Produk alami	0,078	3,4	0,266
2.	Warisan budaya	0,051	3,2	0,165
3.	Manfaat sebagai obat herbal	0,051	3,1	0,158
4.	Harga relatif terjangkau	0,065	3,4	0,222
5.	Konsistensi rasa	0,086	3,5	0,301
6.	Produk sehat	0,079	3,5	0,277
7.	Lokasi mudah di akses oleh pelanggan	0,037	2,8	0,104
8.	Memiliki surat izin pemasaran	0,030	3,5	0,107
9.	Memiliki rencana pengembangan produk	0,031	3,5	0,108
10.	SDM ahli dalam pembuatan produk	0,037	3	0,113
11.	Kemasan produk steril	0,079	3,6	0,285
12.	Brand yang sudah ada	0,028	2,7	0,075
13.	Pelayanan pelanggan cukup baik	0,058	3,2	0,187
Jumlah		1,0		2,375
No	<i>Weaknesses</i>			
1.	Modal terbatas dalam pengembangan produk	0,043	3,1	0,133
2.	Terbatasnya bahan baku lokal	0,033	2,2	0,073
3.	Masih dikelola secara tradisional	0,036	2,8	0,102
4.	Perubahan shif kerja	0,034	2,8	0,097
5.	Kapasitas produksi belum banyak	0,035	2,4	0,084
6.	Produk mudah ditiru pesaing	0,020	2,5	0,050
7.	Kurangnya promosi produk	0,044	2,9	0,128
8.	SDM memiliki kecenderungan untuk melakukan kesalahan karena keterbatasan fisik	0,014	2,2	0,031
9.	Kurangnya pengetahuan SDM dalam teknologi	0,022	2,9	0,064
Jumlah				0,768
Total		1,0		3,143

2. Identifikasi Faktor Eksternal

Analisis lingkungan eksternal dilakukan dengan menggunakan matriks EFAS (*Eksternal Factor Analisis Summary*). Matriks EFAS berfungsi untuk mengetahui seberapa besar peranan faktor eksternal yang terdapat pada suatu usaha. Pada matriks EFAS dapat dilihat bahwa terdapat enam peluang dan tujuh ancaman yang dihadapi oleh usaha jamu herbal Sumbawa.

Tabel 2. Faktor Eksternal

FAKTOR EKSTERNAL (<i>Opportunities & Threats</i>)				
No	<i>Opportunities</i>	Bobot	Rating	Skor
1.	Merupakan obat alami tradisional	0,112	3,2	0,361
2.	Dapat menjalin Kerjasama dengan tempat lain	0,053	3,1	0,167
3.	Dapat meningkatkan kapasitas SDM memiliki kesempatan dalam peningkatan keterampilan dalam usaha produk	0,128	3	0,384
4.	Menciptakan produk baru atau inovasi produk	0,113	3	0,341
5.	Mampu berkontribusi dalam event	0,114	3,6	0,412
6.	Pemanfaatan tren Kesehatan dalam pemasaran	0,114	2,9	0,332
Jumlah		1,00		2,000
No	<i>Threats</i>			
1.	Regulasi pemerintah yang minim	0,026	2,7	0,072
2.	Sikap skeptis terhadap jamu	0,050	2,6	0,131
3.	Perubahan kondisi ekonomi mempengaruhi permintaan pasar	0,073	2,9	0,212
4.	Kehilangan SDM	0,060	2,8	0,169
5.	Pajak tinggi	0,017	2,1	0,037
6.	Perubahan iklim dan cuaca mempengaruhi pasokan bahan baku	0,058	3,1	0,180
7.	Faktor ekonomi yang mempengaruhi harga bahan baku dan harga jual	0,074	3,2	0,237
Jumlah				1,042
Total		1,00		3,042

3. Alternatif Strategi

a) Matriks IFAS dan EFAS

Tabel 3. Matriks IFAS dan EFAS

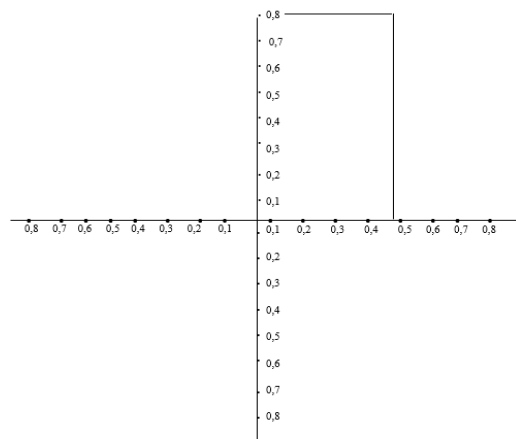
EFAS \ IFAS	Strenghts (S)	Weaknesses (W)
Opportunities	Strategi (SO) = 2,375 + 2,000 = 4,375	Strategi (WO) = 0,768 + 2,000 = 2,768
Threats	Strategi (ST) = 2,375 + 1,042 = 3,417	Strategi (WT) = 0,768 + 1,042 = 1,81

Penentuan Grand strategi yang dilakukan dengan menggunakan perhitungan skoring untuk faktor internal dan eksternal, kemudian skor tersebut dimasukan ke dalam matriks grand strategi atau kuadran SWOT. Perhitungan penentuan strategi yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\left(\frac{\text{skor kekuatan} - \text{skor kelemahan}}{2} ; \frac{\text{skor peluang} - \text{skor ancaman}}{2} \right)$$

Penentuan Kuadran SWOT :

$$\left(\frac{2,375 - 0,768}{2} ; \frac{2,000 - 1,042}{2} \right) = 0,80 ; 0,47$$



Gambar 1 Matriks Grand Strategy

b) Matriks SWOT

Tabel 4. Matriks SWOT

STRATEGI S-O	STRATEGI W-O
<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan produk yang sudah ada agar tetap memberikan keunggulan 2. Menciptakan inovasi baru yang berkualitas untuk menarik minat konsumen dan memenuhi kebutuhan pelanggan yang berkembang 3. Memperhatikan mutu bahan baku dan keaslian, pertimbangkan penggunaan kekuatan produk untuk mengoptimalkan manfaat dari peluang 4. Memanfaatkan berbagai macam media sosial dalam pengembangan jamu 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjalin kerja sama baik dengan pemerintah atau kolaborasi menggunakan strategi outsourcing supaya dalam pengembangan jamu herbal berjalan dengan baik 2. Memaksimalkan sumber daya yang ada dengan pengembangan produk secara bertahap
STRATEGI S-T	STRATEGI W-T
<ol style="list-style-type: none"> 1. Menginvestasikan dalam pengembangan untuk mempertahankan keunggulan produk 2. Meningkatkan layanan, efisiensi operasional, atau memperkuat strategi pemasaran 3. Membangun kemitraan atau Lembaga riset untuk saling berbagi pengetahuan, sumber daya dan teknologi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan sistem kepercayaan kepada masyarakat terhadap jamu 2. Mencoba membudidayakan sendiri bahan bakunya 3. Memberikan pelatihan program pengembangan untuk meningkatkan kemampuan 4. Melakukan perubahan strategi untuk mencapai hasil yang baik

c) Alternatif Strategi SWOT

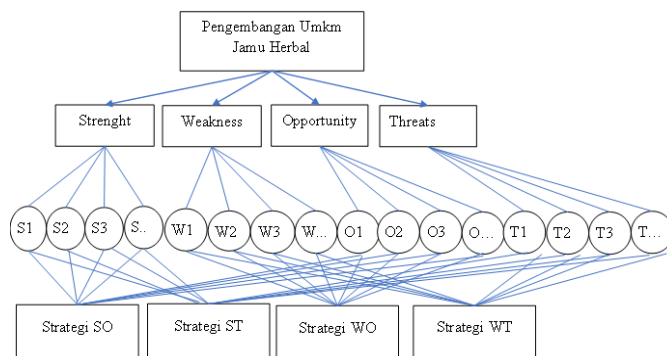
Alternatif strategi yang diperoleh sebagai berikut:

- 1) Mempertahankan produk yang sudah ada agar tetap memberikan keunggulan.
- 2) Menciptakan inovasi baru yang berkualitas untuk menarik minat konsumen dan memenuhi kebutuhan pelanggan yang berkembang.
- 3) Memperhatikan mutu bahan baku dan keaslian, pertimbangkan penggunaan kekuatan produk untuk mengoptimalkan manfaat dari peluang.
- 4) Memanfaatkan berbagai macam media sosial dalam pengembangan jamu.

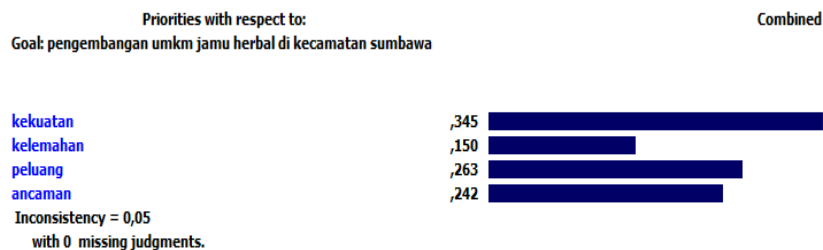
d) Tahap Pengambilan Keputusan

AHP membantu pengambil keputusan dalam mengatasi kompleksitas dan ketidakpastian dalam pengambilan keputusan dengan menyediakan kerangka kerja yang sistematis, memberikan struktur yang jelas dan terukur dalam mengevaluasi alternatif dan kriteria yang berbeda, mengidentifikasi dan mengukur preferensi relatif terhadap setiap kriteria dan alternatif, serta menghasilkan prioritas yang konsisten dan rasional dalam memilih alternatif terbaik. Untuk menentukan pengambilan keputusan AHP dilihat dari matriks SWOT yang dimana matriks SWOT terdapat tiga belas strategi.

1) Struktur Hirarki

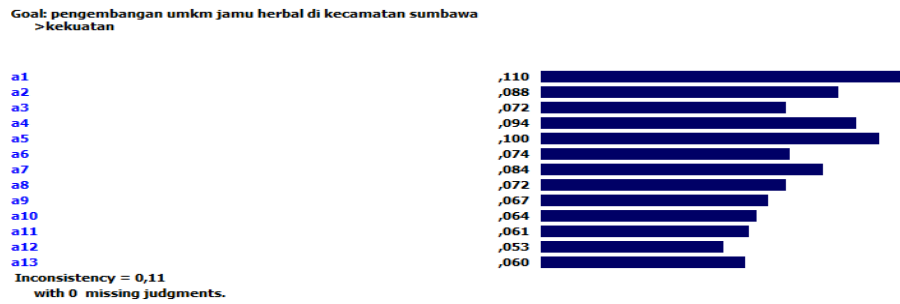


2) Matriks kriteria



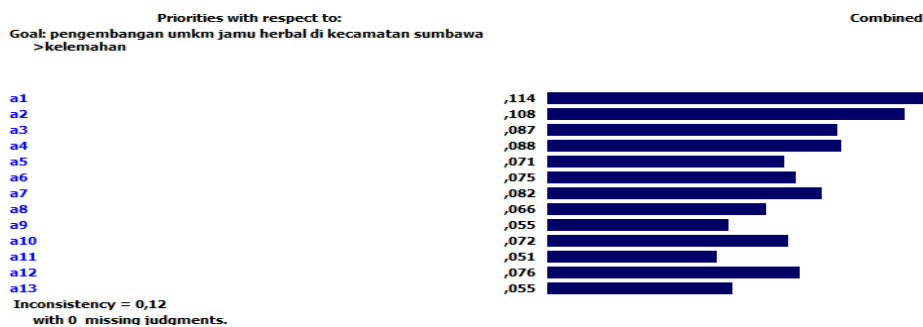
Pada Matriks Kriteria didapatkan nilai skor berdasarkan nilai tertinggi hingga terendah berturut-turut yaitu nilai 0,345 pada faktor kekuatan, nilai skor 0,263 pada faktor peluang, nilai skor 0,242 pada faktor ancaman, dan nilai skor 0,150 pada faktor kelemahan.

3) Faktor Evaluasi Untuk *Strengths* (Kekuatan)



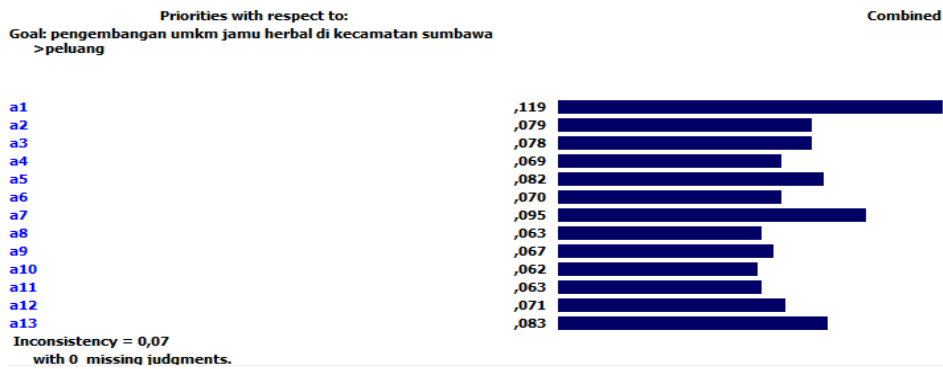
Pada Matriks Evaluasi *Strengths* didapatkan nilai bobot Alternatif Strategi, urutan nilai bobot alternatif strategi berdasarkan nilai tertinggi hingga terendah berturut-turut yaitu strategi a1 (strategi SO-1), strategi a5 (strategi WO-1), strategi a4 (strategi SO-4), strategi a2 (strategi SO-2), strategi a7 (strategi ST-1), strategi a6 (strategi WO-2), strategi a3 (strategi SO-3), strategi a8 (strategi ST-2), strategi a9 (strategi ST-3), strategi a10 (strategi WT-1), strategi a11 (strategi WT-2), strategi a13 (strategi WT-4), strategi a12 (strategi WT-3), dengan inconsistency 0,011.

4) Faktor Evaluasi Untuk *Weaknesses* (Kelemahan)



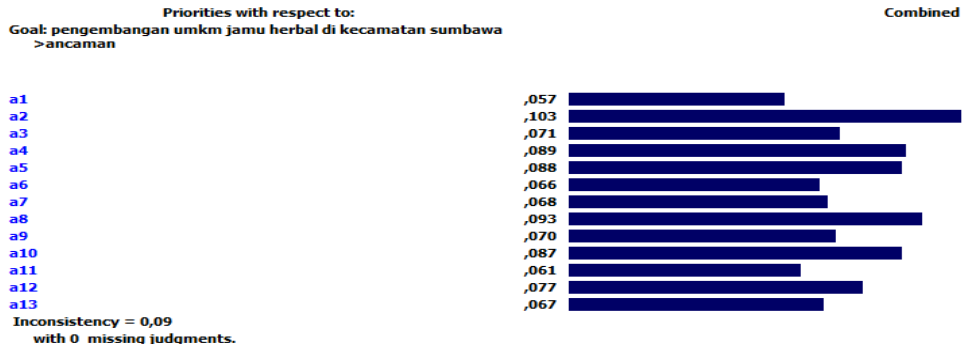
Pada Matriks Evaluasi *Weaknesses* didapatkan nilai bobot Alternatif Strategi, urutan nilai bobot alternatif strategi berdasarkan nilai tertinggi hingga terendah berturut-turut yaitu strategi a1 (strategi SO-1), strategi a2 (strategi SO-2), strategi a4 (strategi SO-4), strategi a3 (strategi SO-3), strategi a7 (strategi ST-1), strategi a12 (strategi WT-3), strategi a6 (strategi WO-2), strategi a10 (strategi WT-1), strategi a5 (strategi WO-1), strategi a8 (strategi ST-2), strategi a13 (strategi WT-4), strategi a9 (strategi ST-3), strategi a11 (strategi WT-2), dengan inconsistency 0,012.

5) Faktor Evaluasi Untuk *Opportunities* (Peluang)



Pada Matriks Evaluasi *Opportunities* didapatkan nilai bobot Alternatif Strategi, urutan nilai bobot alternatif strategi berdasarkan nilai tertinggi hingga terendah berturut-turut yaitu strategi a1 (strategi SO-1), strategi a7 (strategi ST-1), strategi a13 (strategi WT-4), strategi a5 (strategi WO-1), strategi a2 (strategi SO-2), strategi a3 (strategi SO-3), strategi a12 (strategi WT-3), strategi a6 (strategi WO-2), strategi a4 (strategi SO-4), strategi a9 (strategi ST-3), strategi a8 (strategi ST-2), strategi a11 (strategi WT-2), strategi a10 (strategi WT-1), dengan inconsistency 0,07.

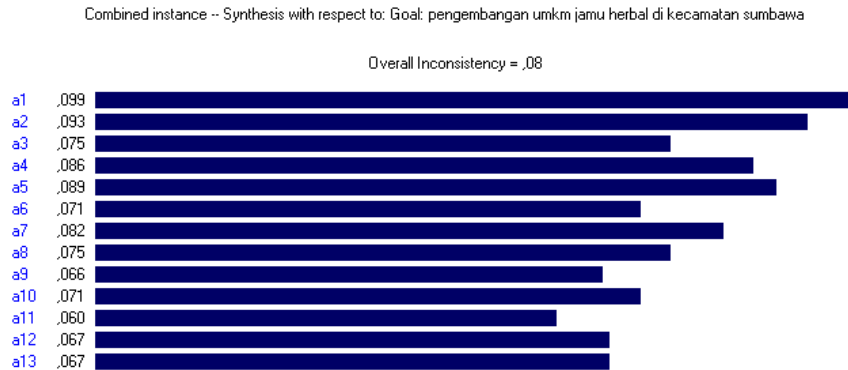
6) Faktor Evaluasi Untuk *Threats* (Ancaman)



Pada Matriks Evaluasi *Threats* didapatkan nilai bobot Alternatif Strategi, urutan nilai bobot alternatif strategi berdasarkan nilai tertinggi hingga terendah berturut-turut yaitu strategi a2 (strategi SO-2), strategi a8 (strategi ST-2), strategi a4 (strategi SO-4), strategi a5 (strategi WO-1), strategi a10 (strategi WT-1), strategi a12 (strategi WT-3), strategi a3 (strategi SO-3), strategi a9 (strategi ST-3), strategi a7 (strategi ST-1), strategi a13 (strategi WT-4), strategi a6 (strategi WO-2), strategi a11 (strategi WT-2), strategi a1 (strategi SO-1), dengan inconsistency 0,07.

7) Sintesis Prioritas

Sintesis prioritas merupakan tahapan akhir yang dilakukan dalam metode AHP. Untuk mendapatkan perhitungan sintesis prioritas dengan cara mengkalikan faktor evaluasi bobot dengan masing-masing alternatif bobot.



KESIMPULAN

Kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Alternatif strategi berdasarkan analisis SWOT meliputi:
 - a. Mempertahankan produk yang sudah ada agar tetap memberikan keunggulan.
 - b. Menciptakan inovasi baru yang berkualitas untuk menarik minat konsumen dan memenuhi kebutuhan pelanggan yang berkembang.
 - c. Memperhatikan mutu bahan baku dan keaslian, pertimbangkan penggunaan kekuatan produk untuk mengoptimalkan manfaat dari peluang.
 - d. Memanfaatkan berbagai macam media social, dalam pengembangan jamu.
2. Berdasarkan *Analytical Hierarchy Process* (AHP) diperoleh alternatif prioritas yang digunakan dalam pengembangan UMKM Jamu Herbal adalah dengan mempertahankan produk yang sudah ada agar tetap memberikan keunggulan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, D., Zaman, A.N., Hutami, M.S., Mahindriya, P.S., Puspita, D.A., Wahyudi, D. (2020). Analisis Manajemen Strategi Menggunakan Metode SWOT dan AHP (Studi Kasus: Warkop Meteora Al-Berkah Limo). *Seminar Nasional Teknik Industri Universitas Gadjah Mada*. 30-34.
- Amelia, M. N., Prasetyo, Y. E., & Maharani, I. (2017). E-UMKM: Aplikasi pemasaran produk

- UMKM berbasis android sebagai strategi meningkatkan perekonomian Indonesia. *Prosiding SNATIF*, 11-16.
- Budiman, S. N., Yulia, D., Ihksanudin, M. Y., Balitar, U. I., Kademangan, K., & Kademangan, K. (2021). Pelatihan dan Pengolahan Pembuatan Minuman Rempah Peningkat Imun Pada Masa Pandemi Melalui KKN Tematik Covid-19 UNISBA Blitar di Kelurahan Kademangan. *jurnal Science Contribution to Society*, 1(2), 13–21.
- Farida, F., & Fauziah, E. (2020). Strategi Pengembangan Ukm Jamu Tradisional Madura Ayu. *jurnal Agriscience*, 1(1), 88-102.
- Fau, A. (2020). Pemanfaatan Jenis Tanaman Yang Digunakan Sebagai Bahan Pembuatan Jamu Di Daerah Sekitar Telukdalam Kabupaten Nias Selatan. *Jurnal Education and Development*, 8(2), 561–566.
- Hardianto, A. M. dk. (2019). E-Umkm Aplikasi Pemasaran Produk Umkm Berbasis Android Sebagai Strategi Meningkatkan Perekonomian Indonesia. *jurnal Prosiding SNATIF Ke-6 Tahun*, hal. 96–101.
- Pahlevi, nadari oktaviani. (2020). strategi pengembangan bisnis dengan metode analisis swot (strengths, weakness, opportunities, threats) dan ahp (analytical hierarchy process). *In doctorall dissertation. vol 8, hal 75*.
- Yuyut, S. (2020). penerapan satregi pemasaran dalam meningkatkan penjualan (Pada UMKM Pengrajin Kayu UD.Rizky Kota Batu). *doctoral dissertation 8 (75)*, 147–154.