

## Penerapan Analisis SWOT dan Diagram Fishbone pada UMKM Tahu Gimbal Semarang Pak Wir

Laeli Nurrahmah<sup>1\*</sup>, Nahlin Azkia Aulia<sup>2</sup>, Nurtieni Makar Manuk Allo<sup>3</sup>, Lalu Dwi Septyan<sup>4</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Mataram, Indonesia

\*email Korespondensi: laeli.nurrahmah1234@gmail.com

---

### INFO ARTIKEL

---

*Article history:*

Received: 03-11-2025

Accepted: 13-12-2025

---

Kata Kunci:  
Analisis SWOT  
Diagram fishbone  
UMKM  
Strategi bisnis

---

### ABSTRAK

---

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian Indonesia, khususnya dalam penyerapan tenaga kerja, pemerataan pendapatan, dan pembangunan daerah. Namun, meningkatnya persaingan menuntut UMKM untuk memiliki strategi yang tepat agar dapat bertahan dan berkembang. Pengabdian ini menganalisis kinerja usaha UMKM Tahu Gimbal Semarang Pak Wir dengan menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal, serta diagram fishbone untuk mengetahui akar permasalahan. Metode pengabdian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil analisis SWOT menunjukkan kekuatan berupa cita rasa khas, harga terjangkau, dan pemanfaatan pemasaran online. Sementara itu, kelemahan terletak pada keterbatasan modal, sumber daya manusia, serta kegiatan promosi. Peluang yang dapat dimanfaatkan adalah meningkatnya minat terhadap kuliner tradisional dan perkembangan pemasaran digital, sedangkan ancaman meliputi fluktuasi harga bahan baku serta munculnya pesaing baru. Analisis fishbone mengungkapkan permasalahan utama pada aspek sumber daya manusia, kestabilan bahan baku, metode kerja, pengelolaan keuangan, dan strategi pemasaran. Berdasarkan hasil tersebut, strategi perbaikan yang disarankan adalah memperkuat promosi digital, mengoptimalkan metode operasional, serta menyiapkan pemasok alternatif. Integrasi analisis SWOT dan fishbone memberikan wawasan praktis untuk meningkatkan daya saing, sehingga UMKM Tahu Gimbal Semarang Pak Wir mampu beradaptasi, bertahan, dan berkembang di pasar kuliner yang dinamis.

---

### PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam perekonomian Indonesia karena mampu menyerap tenaga kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pembangunan daerah (Purba dkk., 2021). Salah satu sektor UMKM yang berkembang pesat adalah bidang kuliner, seiring meningkatnya

minat masyarakat terhadap makanan cepat saji dengan harga terjangkau. UMKM Tahu Gimbal Pak Wir merupakan usaha kuliner lokal yang menawarkan makanan tradisional dengan cita rasa khas, sehingga memiliki potensi untuk terus berkembang. Namun, usaha ini menghadapi berbagai tantangan, antara lain persaingan yang ketat, keterbatasan modal, promosi yang belum optimal, serta permasalahan konsistensi produk. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya analisis menyeluruh terhadap faktor internal dan eksternal yang memengaruhi usaha, sekaligus identifikasi akar permasalahan yang menghambat daya saing.

Analisis SWOT dapat digunakan untuk menggambarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki UMKM. Sementara itu, diagram fishbone membantu menemukan penyebab utama permasalahan dari berbagai aspek, seperti sumber daya manusia, bahan baku, metode kerja, keuangan, dan pemasaran (Sasoko & Mahrudi, 2023).

Berdasarkan hal tersebut, pengabdian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi SWOT UMKM Tahu Gimbal Pak Wir, mengidentifikasi akar masalah melalui diagram fishbone, serta merumuskan strategi peningkatan daya saing yang dapat diterapkan.

## METODE

Pengabdian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan kondisi nyata UMKM Tahu Gimbal Pak Wir. Fokus utama pengabdian adalah mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman melalui analisis SWOT, sekaligus menelusuri akar penyebab permasalahan dengan diagram fishbone.

Objek pengabdian ini adalah UMKM Tahu Gimbal Pak Wir, sebuah usaha kuliner tradisional yang berlokasi di Jl. Sembada Asri IV Blok B No.12, Kekalik Jaya, Kecamatan Sekarbela, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi terstruktur dengan pemilik UMKM, observasi langsung terhadap aktivitas usaha, dokumentasi berupa foto dan catatan produk, serta studi pustaka dari literatur relevan mengenai UMKM, SWOT, dan diagram fishbone.



**Gambar 1.** UMKM Tahu Gimbal (a, b)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengabdian menunjukkan bahwa UMKM Tahu Gimbal Semarang Pak Wir memiliki posisi yang cukup potensial dalam pengembangan usaha kuliner tradisional di Kota Mataram. Berdasarkan profil usaha, UMKM ini mengandalkan cita rasa khas bumbu kacang dan porsi yang mengenyangkan sebagai daya tarik utama, serta

memanfaatkan sistem penjualan offline maupun online melalui aplikasi layanan pesan antar. Karakteristik ini memberikan keunggulan kompetitif karena produk yang ditawarkan relatif jarang ditemui di sekitar lokasi usaha. Untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai kondisi usaha, analisis SWOT dilakukan dan hasilnya disajikan pada Tabel 1 berikut.

**Tabel 1.** Analisis SWOT UMKM Tahu Gimbal Semarang Pak Wir

Aspek	Pertanyaan	Analisis	
		Jawaban	Analisis
<i>Strength</i>	Keunggulan produk dibanding usaha sejenis?	Rasa khas, porsi besar, harga terjangkau, bumbu konsisten	Produk menarik semua kalangan, meningkatkan loyalitas
	Faktor pelanggan kembali membeli?	Rasa enak, porsi cukup, harga sesuai	Kepuasan tinggi, loyalitas terjaga
<i>Weaknesses</i>	Apakah ada keterbatasan dalam modal, tenaga kerja, atau fasilitas produksi?	Modal terbatas, harga bahan naik-turun, gas elpiji kadang susah dicari	Keterbatasan modal dan bahan baku berpengaruh pada operasional.
	Apa kendala internal yang paling sering dihadapi?	Tenaga kerja hanya keluarga, kadang berkurang kalau ada kesibukan lain.	SDM terbatas dan fleksibilitas bisa mengganggu kelancaran produksi.
<i>Opportunity</i>	Bagaimana melihat tren makanan tradisional di masyarakat sekarang?	Tren makanan tradisional meningkat, anak muda tertarik mencoba	Pasar kuliner tradisional berkembang, peluang memperluas konsumen.
	Apakah ada peluang mengembangkan menu baru atau variasi produk?	Menambahkan gorengan, cemilan, variasi menu	Peluang inovasi produk untuk menarik pelanggan baru.
<i>Threat</i>	Pernahkah kesulitan memperoleh bahan baku?	Kadang bahan langka (gas elpiji, cabai), produksi terganggu.	Ketersediaan bahan baku tidak stabil bisa hambat

Aspek	Pertanyaan	Analisis	Analisis produksi
		Jawaban	

#### A. Analisis *Strengths* (Kekuatan)

Keunggulan utama UMKM Tahu Gimbal Semarang Pak Wir terletak pada cita rasa khas bumbu kacang racikan turun-temurun yang konsisten, porsi besar, serta harga terjangkau. Variasi menu seperti ketoprak, pempek, dan tahu campur menambah daya tarik, sementara lokasi strategis di kawasan Kekalik serta kemudahan akses melalui layanan pesan antar memperkuat posisi usaha di pasar lokal.

#### B. Analisis *Weaknesses* (Kelemahan)

Kelemahan utama mencakup keterbatasan modal, tenaga kerja yang hanya berasal dari keluarga, serta promosi digital yang belum optimal. Penggunaan kemasan sederhana masih menekan biaya, namun kurang menarik secara visual dan kurang ramah lingkungan. Kondisi ini dapat menghambat inovasi dan efisiensi ketika permintaan meningkat.

#### C. Analisis *Opportunities* (Peluang)

Tren meningkatnya minat masyarakat terhadap kuliner tradisional membuka peluang besar bagi UMKM untuk memperkuat branding sebagai pelestari kuliner khas Semarang. Dukungan layanan pesan antar online dan potensi pengembangan menu pelengkap seperti minuman segar atau paket hemat dapat memperluas segmen pasar. Selain itu, partisipasi dalam bazar atau kolaborasi komunitas kuliner dapat meningkatkan eksposur dan popularitas usaha.

#### D. Analisis *Threats* (Ancaman)

Ancaman utama meliputi fluktuasi harga bahan baku, kelangkaan gas elpiji, serta potensi munculnya pesaing baru di sekitar lokasi. Perubahan selera konsumen yang cepat dan kondisi cuaca ekstrem juga dapat memengaruhi penjualan. Oleh karena itu, UMKM perlu strategi adaptif agar tetap kompetitif di tengah dinamika pasar.

Berdasarkan hasil analisis SWOT yang telah dijabarkan sebelumnya, dapat diketahui bahwa UMKM Tahu Gimbal Semarang Pak Wir memiliki sejumlah kekuatan dan peluang yang dapat dimaksimalkan, serta kelemahan dan ancaman yang perlu diantisipasi. Untuk itu, diperlukan perumusan strategi yang tepat agar usaha dapat mempertahankan keunggulan kompetitif dan terus berkembang di tengah persaingan pasar.

#### E. Perumusan Strategi Berdasarkan Matriks SWOT

##### 1. Strategi S-O (*Strengths-Opportunities*)

UMKM Tahu Gimbal Pak Wir memanfaatkan kekuatan cita rasa khas dan harga terjangkau untuk menarik konsumen yang mengikuti tren kuliner nusantara. Keunikan produk dan lokasi yang strategis menjadi dasar perluasan pasar melalui pemasaran digital dan promosi kreatif seperti storytelling asal-usul tahu gimbal. Strategi ini bertujuan meningkatkan visibilitas dan daya tarik, terutama bagi konsumen muda.

##### 2. Strategi W-O (*Weaknesses-Opportunities*)

Keterbatasan modal dan tenaga kerja diatasi dengan promosi digital berbiaya rendah melalui media sosial serta pengembangan variasi produk sederhana. Selain itu, pelatihan bagi anggota keluarga dilakukan untuk meningkatkan manajemen dan pelayanan sehingga usaha tetap berkembang meski dengan sumber daya terbatas.

### 3. Strategi S-T (*Strengths-Threats*)

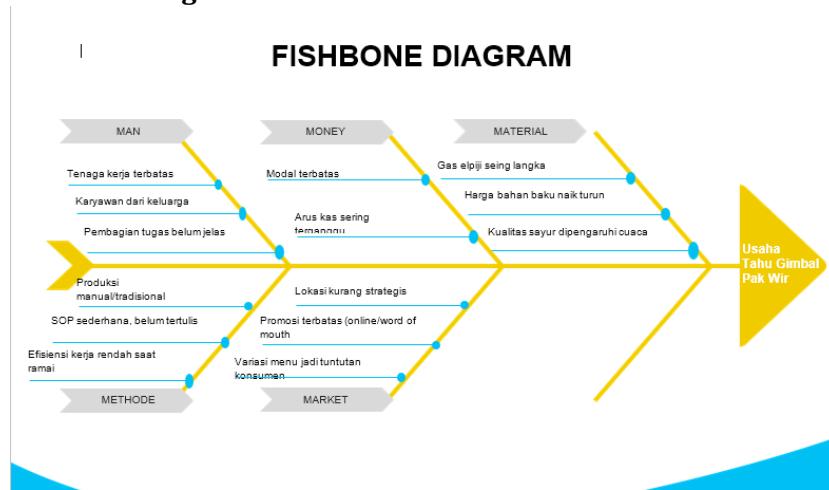
Untuk menghadapi ancaman kenaikan harga bahan baku dan persaingan, UMKM menonjolkan kekuatan rasa khas dan harga bersaing guna mempertahankan loyalitas pelanggan. Penerapan strategi menu hemat atau paket bundling menjadi upaya menjaga daya saing dan memastikan keberlangsungan usaha di tengah perubahan selera konsumen.

### 4. Strategi W-T (*Weaknesses-Threats*)

UMKM mengantisipasi risiko melalui penyediaan pemasok cadangan, pengelolaan stok dan keuangan yang efisien, serta penerapan SOP sederhana untuk menjaga kualitas produk. Langkah ini memperkuat ketahanan usaha terhadap fluktuasi harga dan tekanan kompetisi, sekaligus menciptakan fondasi pengembangan jangka panjang.

Strategi yang dirumuskan melalui matriks SWOT menunjukkan bahwa UMKM dapat memperluas pasar dengan mengoptimalkan pemasaran digital, mengemas promosi berbasis cerita asal-usul kuliner, serta menjaga loyalitas pelanggan melalui kualitas rasa dan harga yang kompetitif. Selain itu, strategi lain yang perlu diterapkan adalah meningkatkan variasi menu sederhana, memperbaiki manajemen keuangan, serta menyiapkan cadangan pasokan bahan baku agar tidak terlalu bergantung pada fluktuasi harga pasar.

## F. Analisis Fishbone Diagram



Gambar 2. Fishbone Diagram UMKM Tahu Gimbal

Berdasarkan diagram fishbone di atas, terlihat bahwa permasalahan utama UMKM Tahu Gimbal Semarang Pak Wir dipengaruhi oleh lima aspek utama (Man, Money, Material, Method, dan Market). Setiap aspek saling berkaitan dan memberikan dampak terhadap keberlangsungan usaha. Penjelasan lebih rinci mengenai masing-masing aspek adalah sebagai berikut.

### 1. *Man* (SDM)

Permasalahan utama dari sisi SDM terletak pada keterbatasan tenaga kerja. Semua karyawan masih berasal dari keluarga sendiri, hanya berjumlah empat orang, dan sampai sekarang belum ada tenaga kerja dari luar. Situasi ini memang membuat biaya operasional lebih ringan, tetapi di sisi lain beban kerja jadi bertumpuk kalau salah satu anggota keluarga berhalangan. Misalnya ada yang harus keluar rumah untuk urusan pribadi, maka tenaga yang tersisa di warung akan kewalahan melayani pembeli. Selain itu, pola kerja masih berdasarkan siapa yang sedang ada waktu. Tidak ada pembagian tugas yang jelas, misalnya siapa yang khusus masak, siapa yang melayani pelanggan, siapa yang belanja bahan, sehingga terkadang proses kerja jadi tidak teratur. Hal ini bisa berdampak pada kecepatan pelayanan, terutama saat jam makan siang atau ketika ada orderan online yang banyak masuk secara bersamaan.

**2. Material (Bahan Baku)**

Ketersediaan dan kestabilan harga. Beberapa bahan seperti cabai, udang, bawang, dan gas elpiji sering mengalami fluktuasi harga yang cukup tajam. Kenaikan harga ini otomatis berpengaruh terhadap biaya produksi, sehingga pemilik harus memutar otak untuk menyesuaikan harga jual agar usaha tidak merugi tapi tetap terjangkau untuk pelanggan.

**3. Method (Metode Kerja)**

Usaha Tahu Gimbal Pak Wir masih mengandalkan cara-cara tradisional. Resep bumbu kacang diracik langsung oleh pemilik, sehingga kualitas tetap terjaga. Namun alur kerja antar anggota keluarga belum memiliki standar yang jelas. Tidak ada pembagian kerja tetap siapa yang masak, siapa yang melayani, dan siapa yang membersihkan. Akibatnya, jika usaha sedang ramai, koordinasi bisa berantakan.

**4. Money (Modal)**

Modal awal yang digunakan hanya sekitar Rp500.000 dari dana pribadi, tanpa adanya pinjaman atau dukungan modal dari luar. Hingga kini, usaha tetap dikelola secara mandiri dengan prinsip menambah fasilitas secara bertahap sesuai kemampuan. Strategi ini memang aman karena tidak menimbulkan beban hutang, tetapi di sisi lain membuat perkembangan usaha berjalan lambat. Modal terbatas membuat pemilik sulit melakukan ekspansi, misalnya menambah tenaga kerja, membeli peralatan yang lebih modern, atau membuka cabang baru. Akibatnya, potensi untuk meningkatkan kapasitas produksi dan memperluas pasar menjadi terbatas.

**5. Market (Pemasaran)**

Warung berada di dalam komplek perumahan, bukan di jalan besar, sehingga pelanggan hanya datang jika memang sudah tahu tempatnya. Untuk menjangkau konsumen, pemilik mengandalkan platform pesan antar online seperti GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood, serta promosi mulut ke mulut. Namun, strategi pemasaran masih terbatas. Belum ada promosi aktif di media sosial seperti Instagram atau TikTok yang sebenarnya bisa menjangkau pasar lebih luas. Padahal tren anak muda sekarang lebih banyak mencari makanan melalui media social.

**G. Pembahasan**

UMKM Tahu Gimbal Pak Wir merupakan salah satu usaha yang bergerak dalam bidang kuliner tradisional yang memiliki prospek pengembangan yang cukup besar,

maun memiliki tantangan baik dari faktor internal dan eksternalnya. Dengan penerapan analisis SWOT dan Fishbone, diperoleh kondisi usaha secara menyeluruh dan meningkatkan daya saing.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan, kekuatan utama dari UMKM ini terletak pada cita rasa bumbu kacang yang khas serta porsi yang banyak dengan harga yang terjangkau. Keunggulan yang dimiliki ini mampu menarik pelanggan dari berbagai kalangan, selain itu, usaha ini juga menggunakan sistem penjualan secara online dengan melibatkan berbagai platform seperti GoFood, GrabFood, ShopeeFood. Sehingga penjualan usaha ini semakin luas. UMKM ini juga memiliki kelemahan baik secara internal maupun eksternal. Kelemahan internal dari usaha ini meliputi keterbatasan sumber daya manusia karena usaha ini hanya mengandalkan anggota keluarga yang membantu produksi hingga pengemasan, selain itu kurangnya promosi yang dilakukan. Sementara kelemahan eksternal dari UMKM ini yaitu lokasi yang kurang strategis karena terletak di dalam komplek dan tidak ada nama usaha yang tertera di lokasi. Tren kuliner tradisional semakin digemari di kalangan masyarakat terutama dikalangan muda, hal ini berdampak pada perluasan target pasar. selain itu, pemasaran digital juga memberi tempat untuk meningkatkan nama usaha sehingga semakin dikenal dikalangan luas dengan biaya yang relatif rendah. Sementara itu, ancaman yang perlu diantisipasi yaitu kenaikan harga bahan baku (seperti kacang, minyak, gas LPG, cabai), serta masuknya pesaing baru.

Analisis Fishbone digunakan untuk mencari lebih lanjut terkait penyebab dan masalah yang muncul dari kelemahan dan ancaman SWOT. Pada UMKM ini menunjukkan permasalahan yang terletak pada prinsip analisis sebab akibat yaitu 5M (Man, Money, Material, Methode, Market).

1. *Man* (SDM)

Masalah yang dihadapi pada prinsip ini meliputi tenaga kerja yang terbatas karena dari anggota keluarga saja tanpa pembagian tugas yang jelas. Hal ini mengakibatkan beban kerja yang tidak merata dan kualitas pelayanan tidak konsisten.

2. *Money* (Modal)

Masalah yang didapatkan dari UMKM Tahu Gimbal Pak Wir yaitu modal yang terbatas, serta pengelolaan keuangan yang masih sederhana. Hal ini menyebabkan arus kas mudah terganggu.

3. *Material* (Bahan baku)

UMKM ini memiliki ketergantungan terhadap bahan dasar produksi seperti cabai, gas elpiji dan sayur yang rentan layu. Hal ini menyebabkan usaha rentan terhadap kenaikan bahan baku.

4. *Method* (Metode kerja)

Proses produksi dilakukan secara manual tanpa adanya bantuan mesin, tidak ada SOP tertulis yang dikeluarkan oleh usaha ini, sehingga menyebabkan metode penggerjaan sangat bergantung pada pemilik. Hal tersebut

menyebabkan efisiensi produk menjadi rendah terutama Ketika menerima pesanan dalam jumlah banyak

5. *Market* (Pemasaran)

Lokasi pemasaran yang kurang strategis karena berada dalam komplek sehingga kurang terlihat oleh konsumen, promosi digital yang masih minim karena hanya mengandalkan beberapa platform saja dan dari pendapat konsumen lainnya.

Bersarkan hal tersebut terlihat dengan jelas bahwa kelemahan usaha tidak hanya dibatasi dengan jumlah tenaga kerja yang dimiliki, tetapi kurangnya system manajemen yang terstruktur. Adapun strategi perbaikan yang perlu dilakukan diantaranya,

1. Penguatan SDM dan SOP

Dengan membuat pembagian tugas yang jelas dan Menyusun SOP tertulis, serta mengadakan pelatihan secara sederhana terkait produksi dan promosi digital.

2. Manajemen bahan baku

Menambah cadangan pasokan bahan baku Ketika harga belum naik, serta melakukan kerja sama dengan pemasok bahan baku untuk memastikan ketersediaan stok bahan.

3. Peningkatan proses produksi

Dengan menambah SDM serta mengatur alur kerja agar lebih efektif sehingga dapat mengatasi pesanan dalam jumlah besar.

4. Optimalisasi pemasaran digital

Mengembangkan strategi promosi di media sosial seperti Instagram, TikTok dengan konten visual yang menarik dan storytelling tentang usaha atau produk yang ditawarkan.

Hasil pembahasan ini menunjukkan bahwa penerapan SWOT dan Fishbone mampu memberikan gambaran menyeluruh mengenai UMKM Tahu Gimbal Pak Wir. Pada analisis SWOT menampilkan tentang kekuatan dan peluang yang dimanfaatkan serta ancaman dan kelemahan yang harus diantisipasi, sementara pada Fishbone mengungkap akar permasalahan dari ancamandan kelemahan yang dimiliki sehingga strategi dapat dirumuskan dengan lebih aplikatif dan spesifik.

Dengan saran perbaikan yang diberikan, UMKM Tahu Gimbal Pak Wir diharapkan dapat meningkatkan daya saing melalui kualitas produk yang konsisten, penguatan manajemen produksi, serta optimalisasi pemasaran digital. Upaya yang dilakukan tidak hanya menjawab tujuan pengabdian, tetapi memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan UMKM kuliner tradisional di Indonesia.

## KESIMPULAN

UMKM Tahu Gimbal Pak Wir memiliki keunggulan pada cita rasa bumbu kacang yang khas, porsi mengenyangkan, harga terjangkau, dan loyalitas pelanggan yang tinggi. Pemanfaatan platform online turut memperluas jangkauan konsumen. Kelemahan utama meliputi keterbatasan modal, SDM tanpa pembagian tugas jelas, promosi digital yang minim, serta ketergantungan pada bahan baku tertentu. Peluang muncul dari tren kuliner tradisional yang digemari anak muda dan pemasaran digital yang efektif,

sedangkan ancaman berasal dari fluktuasi harga bahan baku, kelangkaan pasokan, dan kemungkinan munculnya pesaing baru. Analisis Fishbone menunjukkan akar masalah terletak pada aspek SDM, modal, bahan baku, metode produksi, dan pemasaran. Penerapan SWOT dan Fishbone membantu merumuskan strategi pengembangan yang lebih terarah, termasuk penguatan SOP dan SDM, manajemen bahan baku, inovasi produk, serta optimalisasi promosi digital.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama proses pengabdian ini, khususnya kepada pemilik UMKM Tahu Gimbal Semarang Pak Wir atas kesediaannya memberikan informasi dan data yang dibutuhkani.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Bahari, S., & Hurun'in. (2024). Analisis bisnis telur asin dengan metode SWOT dan Fishbone di UMKM Desa Wonosari. *JERA: Journal Engineering Research and Application*, 3(1), 49–57. <https://doi.org/10.2809/459X>.
- Doty, H. (1996). *Cause and Effect Diagram*. New York: McGraw-Hill.
- Ishikawa, K. (dalam Juran, J. M.). (1999). *Juran's Quality Handbook* (5th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2020). Laporan tahunan UMKM. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM RI.
- Musawantoro, M. (2018). Peranan UMKM dalam mengembangkan kuliner tradisional untuk ekonomi masyarakat di Sulawesi Selatan. Tersedia secara online di SSRN: <https://ssrn.com/abstract=3270753>
- Nurson, A. (1993). *Quality Management and Continuous Improvement*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Purba, D. S., Kurniullah, A. Z., Banjarnahor, A. R., Revida, E., Purba, S., Purba, P. B., ... Rahmadana, M. F. (2021). *Manajemen usaha kecil dan menengah*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Sasoko, D. M., & Mahrudi, I. (2023). Teknik analisis SWOT dalam sebuah perencanaan kegiatan. *Jurnal Studi Interdisipliner Perspektif*, 22(1), 1–10. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jayabaya.
- Suhardi, B., Laksono, P. W., & Fadhilah, N. N. (2017). Analisis penerapan produksi bersih pada batik printing IKM Batik Puspa Kencana Laweyan Surakarta. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 27(2), 166–175.

- Suryana. (2013). *Kewirausahaan: Kiat dan proses menuju sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tambunan, T. (2012). *UMKM di Indonesia: Beberapa isu penting*. Jakarta: LP3ES.
- Yatminiwati, M., & Ermawati, E. (2021). Analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran dalam upaya meningkatkan penjualan produk. *Jurnal Manajemen dan Penelitian Akuntansi (JUMPA)*, 14(2), 84–92.  
<https://doi.org/10.1234/jumpa.v14i2.2021>
- Fauzi, W. I. M., Muhammad, N., Mokhtar, S. S. M., & Yusoff, R. Z. (2016). What motivate Muslim consumer to patronage Islamic based-retail store? *International Review of Management and Marketing*, 6(S7), 199–203.
- Calero, C., Piattini, M., Pascual, C., & Serrano, M. A. (2009). Towards data warehouse quality metrics. *Proceedings of the 3rd Intl. Workshop on Design and Management of Data Warehouses (DMDW)*, Interlaken, 39, 2–11.
- Prahmana, R. C. I. (2013). Designing division operation learning in the mathematics of gasing. *Proceeding of the First South East Asia Design/Development Research (SEA-DR) International Conference*, Palembang, 391–398.