



BISMA
Business and Management Journal

BISMA

Business and Management Journal

Volume 03 Nomor 02 Tahun 2025

E-ISSN : 2987-5900

DOI : 10.59966/bisma.v3i2.1849

Analisis SWOT Pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) (Study Kasus Pada Mie Gacoan)

Ibanez Nura Adi¹, Daspar²

Universitas Pelita Bangsa, Indonesia^{1,2}

ibanezinez6@gmail.com, daspar@pelitabangsa.ac.id

Diserahkan tanggal 25 Januari 2025 | Diterima tanggal 25 Februari 2025 | Diterbitkan tanggal 30 Maret 2025

Abstract:

This study aims to analyze the implementation of business strategies in Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) with a case study of Mie Gacoan using SWOT analysis. Mie Gacoan is one of the rapidly growing culinary brands in Indonesia, known for its affordable prices and extensive outlet network. This research employs a qualitative descriptive approach with observational methods, where data is collected through direct observation of operational activities, customer service, inventory management, and promotional strategies at Mie Gacoan outlets. The results indicate that Mie Gacoan has strengths in competitive pricing, high sales volume, and strategic locations. However, there are weaknesses such as long queues and inconsistency in service across different branches. Opportunities that can be leveraged include the development of new menu items, collaboration with influencers, and expansion into new areas. On the other hand, the main threats come from intense competition, rising raw material prices, and changing consumer preferences. This SWOT analysis provides a strategic overview for Mie Gacoan to capitalize on its strengths and opportunities while addressing its weaknesses and threats, thereby enhancing competitiveness and maintaining customer loyalty in the competitive culinary industry.

Keywords: SWOT Analysis, UMKM, Mie Gacoan.

Abstrak :

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan strategi bisnis pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan studi kasus Mie Gacoan menggunakan metode analisis SWOT. Mie Gacoan adalah salah satu merek kuliner yang berkembang pesat di Indonesia, dikenal karena harga yang terjangkau dan jaringan outlet yang luas. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode observasi, di mana data dikumpulkan melalui pengamatan langsung terhadap aktivitas operasional, pelayanan pelanggan, manajemen persediaan, serta strategi promosi di outlet Mie Gacoan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Mie Gacoan memiliki kekuatan dalam hal harga yang kompetitif, volume penjualan yang tinggi, dan lokasi yang strategis. Namun, terdapat kelemahan seperti antrian panjang dan tidak konsisten dalam pelayanan di setiap cabang. Peluang yang dapat dimanfaatkan mencakup pengembangan menu baru, kolaborasi dengan influencer, dan ekspansi ke wilayah baru. Di sisi lain, ancaman utama berasal dari persaingan yang ketat, kenaikan harga bahan baku, dan perubahan selera konsumen. Analisis SWOT ini memberikan gambaran strategis bagi Mie Gacoan untuk memanfaatkan kekuatan dan peluang, serta mengatasi kelemahan dan ancaman yang dihadapi, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan mempertahankan loyalitas pelanggan di industri kuliner yang kompetitif.

Kata Kunci: Analisis SWOT, UMKM, Mie Gacoan.

Copyright © 2025, Author

This is an open-access article under the [CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



PENDAHULUAN

Mie Gacoan merupakan salah satu merek kuliner yang tengah naik daun di Indonesia. Popularitasnya tercermin dari jumlah gerai yang terus bertambah dan tersebar di berbagai provinsi, seperti Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat, hingga Bali. Kehadiran merek ini menjadi fenomena tersendiri di industri makanan cepat saji, terutama di segmen mie pedas yang digemari oleh kalangan muda.

Keberhasilan Mie Gacoan tidak lepas dari strategi pemasarannya yang cermat, termasuk penyajian menu dengan cita rasa khas serta harga yang terjangkau (Hikam, 2024: 12). Kombinasi antara rasa, harga, dan suasana tempat makan menjadikan Mie Gacoan sebagai pilihan favorit banyak konsumen. Keunggulan ini secara langsung mendorong ekspansi bisnis dan memperluas jangkauan pasar mereka dalam waktu relatif singkat.

Namun, di tengah ketatnya persaingan industri kuliner, mempertahankan posisi di pasar bukanlah hal yang mudah. Perusahaan perlu secara aktif mengevaluasi posisinya dan menyusun strategi yang relevan agar tetap kompetitif (Avrianti, 2021: 63). Dalam hal ini, pemahaman yang mendalam mengenai kondisi internal dan eksternal perusahaan menjadi sangat krusial untuk pengambilan keputusan strategis (Azrifirwan, 2024: 60).

Salah satu pendekatan analitis yang dapat digunakan adalah analisis SWOT. Metode ini memetakan empat aspek penting dalam perusahaan: kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (Permana, 2023:324). Faktor internal seperti kualitas produk, efektivitas manajemen, dan sumber daya manusia menjadi bagian dari kekuatan dan kelemahan. Sementara itu, peluang dan ancaman umumnya bersumber dari tren industri, preferensi konsumen, hingga regulasi yang berlaku (Priambodo, 2023:325).

Dengan menerapkan analisis SWOT secara sistematis, Mie Gacoan dapat mengidentifikasi elemen-elemen yang perlu diperkuat maupun risiko yang harus diantisipasi (Azrifirwan, 2024:59). Hal ini memungkinkan perusahaan untuk menyusun strategi bisnis yang adaptif, guna meningkatkan daya saing, memperluas pangsa pasar, serta menjaga loyalitas konsumen di tengah dinamika pasar yang cepat berubah.

Oleh karena itu, artikel ini disusun tidak hanya sebagai media analisis kondisi perusahaan, tetapi juga sebagai panduan untuk merumuskan strategi pengembangan yang lebih efektif. Diharapkan hasil kajian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengambilan keputusan strategis Mie Gacoan dalam jangka panjang, sekaligus menjadi referensi dalam studi manajemen bisnis di sektor kuliner.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode observasi langsung sebagai teknik utama dalam pengumpulan data (Achjar et al, 2023). Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman yang mendalam dan kontekstual mengenai praktik manajemen strategi di sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya pada Mie Gacoan. Fokus utama penelitian ini adalah mengidentifikasi dan menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (analisis SWOT) yang memengaruhi kinerja dan posisi strategis bisnis.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif pasif, di mana peneliti mengamati secara langsung proses bisnis, aktivitas operasional, serta interaksi antara karyawan dan pelanggan tanpa melakukan intervensi (Romlah, 2021: 7). Observasi ini mencakup berbagai aspek penting, seperti proses pelayanan pelanggan, sistem manajemen persediaan, penerapan standar operasional prosedur (SOP), serta strategi pemasaran dan promosi yang dijalankan di lapangan.

Agar hasil pengamatan relevan dan valid, observasi dilakukan secara sistematis dan terencana. Peneliti menetapkan tujuan observasi secara jelas, yakni untuk mengidentifikasi elemen-elemen internal dan eksternal yang menjadi dasar dalam analisis SWOT. Seluruh gejala, peristiwa, dan aktivitas yang relevan dengan fokus penelitian dicatat segera setelah pengamatan berlangsung untuk menjaga keakuratan data dan menghindari bias memori.

Observasi dilaksanakan pada waktu dan hari yang bervariasi guna menangkap dinamika operasional yang lebih utuh dan menghindari keterbatasan data akibat pengamatan yang terbatas pada satu kondisi atau waktu tertentu. Hal ini dilakukan agar informasi yang dikumpulkan mencerminkan kondisi aktual yang terjadi di outlet Mie Gacoan pada berbagai situasi.

Data yang diperoleh dari hasil observasi dianalisis menggunakan teknik analisis SWOT, dengan dukungan dua alat bantu analisis strategis, yaitu Matriks Internal Factor Evaluation (IFE) dan Matriks External Factor Evaluation (EFE). Matriks IFE digunakan untuk mengevaluasi dan memberikan bobot terhadap kekuatan dan kelemahan internal, sedangkan matriks EFE digunakan untuk menilai dan memberi skor pada peluang dan ancaman eksternal. Melalui integrasi antara data observasi dan analisis SWOT dengan matriks IFE dan EFE, penelitian ini bertujuan untuk merumuskan posisi strategis UMKM, dalam hal ini Mie Gacoan, serta memberikan rekomendasi strategi bisnis yang tepat berdasarkan kondisi empiris yang ditemukan di lapangan.

PEMBAHASAN

Analisis SWOT UMKM Mie Gacoan

Analisis SWOT memberikan gambaran menyeluruh mengenai posisi strategis UMKM Mie Gacoan dengan mengidentifikasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) yang dihadapi dalam operasionalnya (Gustika, 2022: 103). Hasil observasi di lapangan menunjukkan berbagai faktor yang memengaruhi keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis ini, baik dari sisi internal maupun eksternal.

Mie Gacoan memiliki sejumlah keunggulan yang menjadi fondasi kekuatan bisnisnya. Harga produk yang terjangkau menjadikannya sangat kompetitif di pasar makanan cepat saji. Volume penjualan yang tinggi menunjukkan bahwa produk ini diterima baik oleh konsumen, ditunjang oleh lokasi outlet yang strategis dan luas, serta kehadiran yang masif di berbagai kota besar (Sale, 2022). Selain itu, aktivitas yang konsisten di media sosial turut memperkuat brand awareness di kalangan masyarakat, terutama generasi muda.

Faktor lainnya seperti kecepatan pelayanan, kualitas bahan baku yang baik, serta popularitas di berbagai kalangan usia menjadi nilai tambah tersendiri. Dengan rasa pedas yang bervariasi dan promosi menarik, Mie Gacoan mampu mempertahankan daya tariknya di tengah banyaknya pilihan makanan di pasar.

Di balik kekuatan yang dimiliki, Mie Gacoan juga menghadapi sejumlah tantangan internal. Salah satu yang paling menonjol adalah antrian panjang di jam-jam sibuk, yang dapat mengurangi kepuasan pelanggan. Selain itu, belum adanya standar pelayanan yang seragam di semua cabang mengakibatkan inkonsistensi pengalaman pelanggan.

Keterbatasan pilihan menu, terutama bagi konsumen yang tidak menyukai makanan pedas, menjadi kendala dalam menjangkau segmen pasar yang lebih luas. Beberapa faktor lain yang menjadi kelemahan termasuk ketergantungan pada satu jenis produk utama (mie pedas), kesulitan dalam menyesuaikan diri dengan perubahan pasar, serta jaringan bisnis yang belum sepenuhnya kuat dan terstruktur (Afidah & Febrian, 2025: 205).

Mie Gacoan memiliki peluang besar untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan daya saing. Pengembangan menu baru yang lebih variatif akan membuka peluang untuk menjangkau konsumen dari segmen yang berbeda. Kolaborasi dengan influencer atau brand lain, serta penerapan teknologi digital dalam pemesanan dan layanan, menjadi potensi pengembangan yang

sangat relevan di era digital (Avriyanti, 2021: 63). Peluang lain termasuk ekspansi ke kota-kota baru, menyediakan skema waralaba (*franchise*) bagi investor lokal, serta mengadakan promosi tematik dan edisi menu terbatas. Respon yang cepat terhadap masukan pelanggan juga bisa menjadi modal penting dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas (Hikam & Christin, 2024: 13).

Di sisi lain, Mie Gacoan harus menghadapi berbagai tantangan eksternal yang dapat menghambat pertumbuhan bisnis (Permana et al, 2023: 120). Kenaikan harga bahan baku dan energi secara langsung berdampak pada biaya operasional. Selain itu, persaingan yang semakin ketat serta kemudahan produk ditiru oleh pesaing menjadi ancaman serius terhadap keunikan dan kelangsungan usaha.

Perubahan kebijakan pemerintah, baik dalam hal regulasi operasional maupun perpajakan, juga berpotensi memengaruhi kelancaran bisnis. Risiko lainnya mencakup perubahan preferensi konsumen, ketidakstabilan rasa akibat keterbatasan pelatihan SDM, serta ancaman reputasi akibat ulasan negatif atau isu viral di media sosial. Jika tidak ditanggapi dengan cepat, ancaman-ancaman ini dapat menurunkan posisi kompetitif Mie Gacoan di pasar.

Implikasi Strategis

Berdasarkan analisis SWOT ini, Mie Gacoan perlu menyusun strategi bisnis yang adaptif dan responsif. Memaksimalkan kekuatan internal dan memanfaatkan peluang eksternal harus diiringi dengan upaya konkret untuk mengatasi kelemahan dan memitigasi ancaman yang ada (Lestari & Rahmat, 2022: 5). Konsistensi kualitas layanan, diversifikasi produk, serta penguatan sistem waralaba dan pelatihan SDM menjadi langkah-langkah strategis yang perlu diprioritaskan agar Mie Gacoan tidak hanya bertahan, tetapi juga tumbuh secara berkelanjutan dalam industri kuliner yang kompetitif. Sebagaimana matriks SWOT pada tabel 1.

Tabel 1: Matriks SWOT

SWOT MATRIKS	Strengths (kekuatan)	Weakness (kelemahan)
	<ul style="list-style-type: none"> - Harga yang terjangkau - Volume penjualan yang tinggi - Lokasi yang strategis dan luas - Aktif di media social - Kecepatan pelayanan yang cukup baik - Populer di semua kalangan - Banyak cabang di berbagai kota - Kualitas bahan baku yang baik - Rasa pedas yang bervariasi - Banyak promosi/diskon yang menarik 	<ul style="list-style-type: none"> - Antrian yang panjang saat jam sibuk - Tidak semua cabang memiliki tingkat kualitas pelayanan yang sama - Terbatasnya pilihan menu bagi konsumen yang tidak menyukai makanan pedas - Tantangan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan - Perbedaan harga setiap tingkat kepedasan - Kualitas yang tidak konsisten di setiap cabang - Menu yang kurang bervariasi - Jaringan bisnis - yang tidak cukup kuat Kesulitan dalam menyesuaikan diri dengan perubahan - Terlalu mengandalkan 1 jenis produk
Opportunity (peluang)	Strategi SO	Strategi WO

<ul style="list-style-type: none"> - Mengembangkan menu baru - Kolaborasi dengan influencer dan brand lain - Menambah cabang ke kota-kota baru di Indonesia - Brand yang sudah dikenal luas - Memanfaatkan teknologi digital - Responsif terhadap masukan - Menyediakan menu edisi terbatas - Menyediakan franchise bagi para investor - Pelatihan dan dukungan untuk mitra franchise - Mengadakan event atau promosi khusus - Pelatihan dan dukungan untuk mitra franchise 	<ul style="list-style-type: none"> - Memperbanyak menu baru dengan harga yang tetap terjangkau - Menggunakan media sosial untuk berkolaborasi dengan influencer - Memperbanyak cabang ke kota baru yang lokasi nya strategis dan luas - Memanfaatkan brand yang sudah terkenal untuk promosi 	<ul style="list-style-type: none"> - Meningkatkan kualitas pelayan - Mengembangkan variasi menu bagi konsumen yang tidak suka pedas - Melatih karyawan untuk meningkatkan kualitas pelayanan - Mengadakan promosi dan meningkatkan loyalitas
Threat (ancaman)	Strategi ST	Strategi WT
<ul style="list-style-type: none"> - Kenaikan harga bahan baku - Risiko ketidakstabilan rasa jika SDM kurang terlatih - Daya saing yang cukup tinggi - Produk mudah di tiru - Peraturan pemerintah mengenai jam operasional atau pajak - Perubahan selera konsumen - Tidak ada pengembangan produk - Krisis ekonomi - Reputasi yang rusak akibat media sosial - Kenaikan harga energi mempengaruhi biaya operasional 	<ul style="list-style-type: none"> - Tetap mempertahankan harga sambil mengelola biaya bahan baku - Mengembangkan variasi menu untuk menghadapi persaingan - Menerapkan standar kualitas untuk menjaga konsistensi rasanya - Menggunakan media sosial untuk mengatasi potensi kerugian reputasi 	<ul style="list-style-type: none"> - Mengurangi faktor kelemahan yang dapat menyebabkan ancaman - Memperkuat jaringan bisnis untuk meningkatkan daya saing - Menyusun strategi terhadap perubahan selera konsumen - Vertifikasi produk untuk mengurangi ketergantungan pada 1 jenis produk

Internal Factor Evaluation (IFE)

Internal Factor Evaluation (IFE) adalah alat analisis strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses) dari faktor-faktor internal dalam sebuah organisasi atau bisnis (Sale, 2022). Analisis ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai sejauh mana faktor-faktor internal tersebut memengaruhi kinerja organisasi, dan membantu dalam merumuskan strategi yang sesuai dengan kondisi internal Perusahaan. Berikut akan ditampilkan hasil IFE Mie Goreng Gacoan, sebagaimana Matriks Internal Factor Evaluation (IFE) pada tabel 2.

Tabel 2: Matriks Internal Factor Evaluation (IFE)

Analisis Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
Harga yang terjangkau	0.15	4.0	0.60
Volume penjualan yang tinggi	0.15	4.0	0.60
Lokasi yang strategis dan luas	0.10	3.0	0.30
Aktif di media sosial	0.10	4.0	0.40
Kecepatan pelayanan yang cukup baik	0.10	3.0	0.30
Populer di semua kalangan	0.05	4.0	0.20
Banyak cabang di berbagai kota	0.10	3.5	0.35
Kualitas bahan baku yang baik	0.15	4.0	0.60
Rasa pedas yang bervariasi	0.05	3.0	0.15
Banyak promosi/diskon yang menarik	0.05	4.0	0.20
Sub Total	1,00		3,70
Kelemahan			
Antrian yang panjang saat jam sibuk	0.15	3.0	0.45
Tidak semua cabang memiliki tingkat kualitas pelayanan yang sama	0.15	3.0	0.45
Terbatasnya pilihan menu bagi konsumen yang tidak menyukai makanan pedas	0.10	2.0	0.20
Tantangan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan	0.15	3.0	0.45
Perbedaan harga	0.05	2.0	0.10

setiap tingkat kepedasan			
Kualitas yang tidak konsisten di setiap cabang	0.15	3.0	0.45
Menu yang kurang bervariasi	0.10	2.0	0.20
Jaringan bisnis yang tidak cukup kuat	0.05	2.0	0.10
Kesulitan dalam menyesuaikan diri dengan perubahan	0.05	2.0	0.10
Terlalu mengandalkan 1 jenis prooduk	0.05	2.0	0.10
Sub total	1,00		2,60
Total Skor			1,10

Matriks Eksternal Factor Evaluation (EFE)

EFE matriks (Eksternal Factor Evaluation) ialah alat manajemen strategis untuk mengaudit atau mengevaluasi peluang dan ancaman utama yang dapat mempengaruhi kinerja organisasi atau bisnis serta membantu manajer dalam memahami sejauh mana perusahaan merespons lingkungan eksternal secara startegis (Lestari & Rahmat, 2022: 6), sebagaimana Matriks Eksternal Factor Evaluation (EFE) pada tabel 3.

Table 3: Matriks Eksternal Factor Evaluation (EFE)

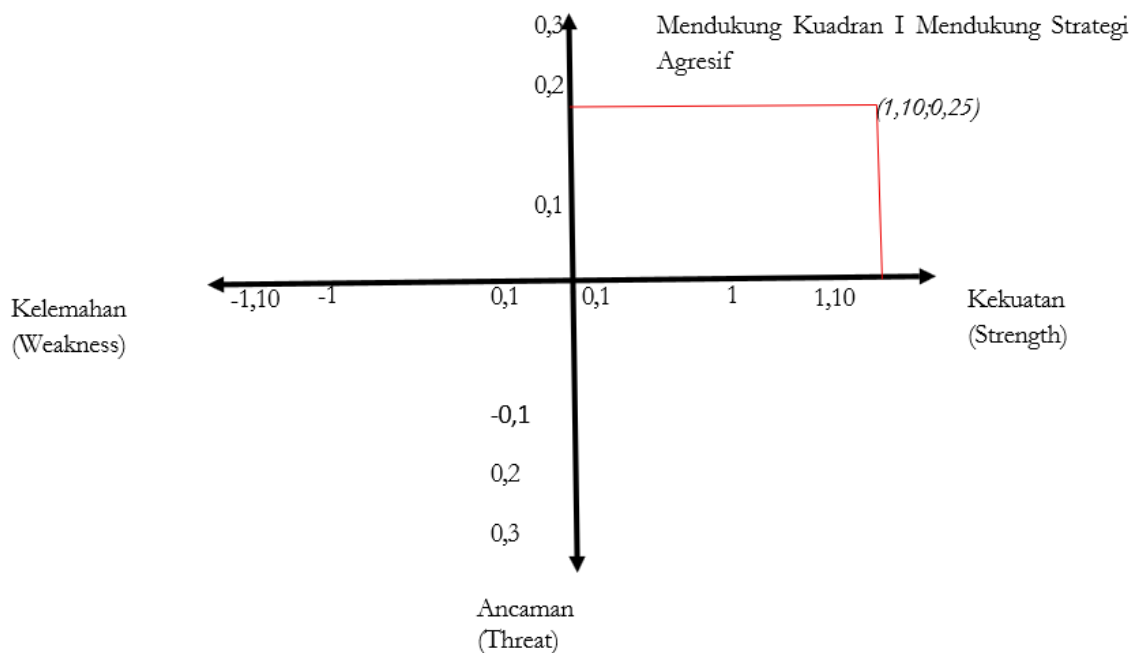
Analisis Eksternal	Faktor	Bobot	Rating	Skor
Peluang				
	Mengembangkan menu baru	0.15	4.0	0.60
	Kolaborasi dengan influencer dan brand lain	0.10	4.0	0.40
	Menambah cabang ke kota-kota baru di Indonesia	0.20	4.0	0.80
	Brand yang sudah dikenal luas	0.15	4.0	0.60
	Memanfaatkan teknologi digital	0.10	3.0	0.30
	Mengadakan event atau promosi khusus	0.10	3.0	0.30
	Responsif terhadap masukan	0.05	3.0	0.15
	Menyediakan menu edisi terbatas	0.05	3.0	0.15

Menyediakan franchise bagi para investor	0.05	3.0	0.15
Pelatihan dan dukungan untuk mitra franchise	0.05	3.0	0.15
Sub Total	1,00		3,60
Ancaman			
Kenaikan harga bahan baku	0.15	4.0	0.60
Risiko ketidakstabilan rasa jika SDM kurang terlatih	0.15	3.0	0.45
Daya saing yang cukup tinggi	0.20	4.0	0.80
Produk mudah di tiru	0.10	3.5	0.35
Peraturan pemerintah mengenai jam oprasional atau pajak	0.10	3.0	0.30
Perubahan selera konsumen	0.05	3.0	0.15
Tidak ada pengembangan produk	0.05	2.0	0.10
Krisis ekonomi	0.05	2.0	0,10
Reputasi yang rusak akibat media sosial	0.05	3.0	0.15
Kenaikan harga energy mempengaruhi biaya operasional	0.10	3.5	0.35
Sub Total	1,00		3,35
Total Skor			0,25

Kuadran Analisis SWOT

Kuadran Analisis SWOT adalah representasi visual yang digunakan untuk mengorganisasikan dan memetakan hasil identifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi suatu organisasi atau usaha (Azrifirwan 2024). Kuadran ini membagi analisis SWOT menjadi empat bagian utama, yakni Strengths (Kekuatan), Weaknesses (Kelemahan), Opportunities (Peluang), dan Threats (Ancaman).

Gambar 1: Kuadran Analisis SWOT
Peluang (Oppurtunit



Berdasarkan gambar 1 kuadran analisis SWOT diatas, mie gacoan terletak di Kuadran I, tepatnya pada koordinat (1,10; 0,25). Posisi ini menunjukkan bahwa kekuatan dan peluang yang dimiliki Mie Gacoan lebih unggul dibandingkan dengan kelemahan dan ancaman yang dihadapi. Oleh karena itu, strategi yang paling sesuai untuk diterapkan adalah strategi agresif atau strategi yang berorientasi pada pertumbuhan, di mana perusahaan didorong untuk memanfaatkan semua kekuatan internal untuk secara optimal mengambil peluang eksternal

SIMPULAN

Analisis SWOT pada mie gacoan menunjukkan posisi yang kuat di pasar pada harganya yang terjangkau, volume penjualan tinggi, dan lokasi strategis. Namun, mereka juga menghadapi kelemahan seperti antrian panjang dan konsistensi pelayanan. Ke depan, Mie Gacoan memiliki peluang untuk mengembangkan menu baru, berkolaborasi dengan influencer, dan ekspansi cabang. Namun mereka juga perlu mewaspada ancaman persaingan ketat, kenaikan harga bahan baku, dan perubahan selera konsumen. Secara keseluruhan, analisis ini memberikan petunjuk bagi Mie Gacoan untuk merumuskan strategi yang tepat guna memanfaatkan kekuatan dan peluang, serta mengatasi kelemahan dan ancaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Achjar, K. A. H., Rusliyadi, M., Zaenurrosyid, A., Rumata, N. A., Nirwana, I., & Abadi, A. (2023). *Metode penelitian kualitatif: Panduan praktis untuk analisis data kualitatif dan studi kasus*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Avriyanti, S. (2021). Strategi Bertahan Bisnis Di Tengah Pandemi Covid-19 Dengan Memanfaatkan Bisnis Digital (Studi Pada Ukm Yang Terdaftar Pada Dinas Koperasi, Usaha Kecil Dan Menengah Kabupaten Tabalong). *PubBis : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Publik Dan Administrasi Bisnis*, 5(1), 60–74. <https://doi.org/10.35722/pubbis.v5i1.380>

- Azrifirwan, A., Aulia, F., & Santosa, S. (2024). Manajemen Strategis Bisnis Menggunakan Modified QFD Terintegrasi dengan SWOT dan TOPSIS: Studi Kasus UMKM Agroindustri XYZ. *GreenTech*, 1(1), 57–71. <https://doi.org/10.25077/greentech.v1i1.6>
- Ghina Afidah, & Febrian, A. (2025). Analisis Usaha Alternatif Dalam Meningkatkan Sumber Pendapatan Masyarakat Jorong Tabek Panjang, Kenagarian Koto Baru Simalanggang, Kecamatan Payakumbuh (Studi Kasus : Usaha Anyaman Bambu). *ISTIKHLAF: Jurnal Ekonomi, Perbankan Dan Manajemen Syariah*, 7(1), 201–214. <https://doi.org/10.51311/istikhlaf.v7i1.827>
- Gustika, S., & Susena, K. C. . . (2022). UMKM SEBAGAI PILAR MEMBANGUN EKONOMI BANGSA . *Seminar Nasional Ekonomi Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 101–108. Diambil dari <https://proceeding.unived.ac.id/index.php/sn-emba/article/view/130>
- Hikam, M. N., & Christin, M. (2024). Aktivitas Customer Relationship Management (Crm) Dalam Mempertahankan Loyalitas Customer Pada Pt. Mitsubishi Nusantara Berlian Motor Cibubur. *Journal of Communication, Business and Social Science (JCOBS)*, 2(1), 10-15.
- Ilham, B. U., Widiawati, A., Hamdana, H., & Irmayani, N. (2024). Studi Kearifan Lokal Suku Mandar Dalam Peningkatan Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 10(1), 106-121.
- Lestari, L., Yuliana, A., & Rahmat, D. (2022). Matrik-Ie: Strategi Pemerintah Kota Dalam Mengoptimalkan Potensi Penanaman Modal. *Obis*, 4(1), 1-12.
- Munawara, R. N., Rohmah, F., & Mashudi. (2025). Peran UMKM dalam Kontribusi Terhadap Pengangguran dan Kemiskinan: Studi Kasus Kabupaten Bangkalan. *Paraduta : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 3(2), 90–97. <https://doi.org/10.56630/paraduta.v3i2.951>
- Priambodo, N. Y., & Suroso, J. S. (2023). Perencanaan Strategis Sistem Informasi dan Teknologi Informasi pada STIE Pertiba Pangkalpinang. *Technomedia Journal*, 7(3), 323-339.
- Ridha, M. R., Permana, A., & Malinda, M. (2023, December). Analisis SWOT Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Deden Telur di Bandung. In *Seminar Nasional Teknik Dan Manajemen Industri* (Vol. 2, No. 1, pp. 118-124).
- Romlah, S. (2021). Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif (Pendekatan Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif). *Pancawahana: Jurnal Studi Islam*, 16(1), 1-13.
- Sale, C. I. (2022). *Strategi Pengembangan Sistem Manajemen Energi ISO50001: 2018 Untuk Meningkatkan Daya Saing PT. Semen Tonasa= The Development Strategy Of Energy Management System Iso 50001: 2018 To Increase Competitiveness Pt. Semen Tonasa* (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).