

ANALISIS SWOT PENGEMBANGAN USAHA TEMPE DI DESA TAMBAKBERAS



Tiara Ayu Nugraha Putri^{1*)}, Ika Puspitasari Dyah Rahmadhani¹⁾, Purbowo¹⁾

¹Program Studi Manajemen Agribisnis Jurusan Manajemen Agribisnis Politeknik Negeri Jember

*Corresponding author: tiaraayu_np@polije.ac.id

To cite this article:

Putri, T. A. N., Rahmadhani, I. P. D., & Purbowo, P. (2025). Analisis SWOT Pengembangan Usaha Tempe di Desa Tambakberas. *JIA (Jurnal Ilmiah Agribisnis) : Jurnal Agribisnis Dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian*, 10(1), 60–69. <https://doi.org/10.37149/jia.v10i1.1781>

Received: January 16, 2025; **Accepted:** February 12, 2025; **Published:** February 12, 2025

ABSTRACT

The production of tempe is the most prevalent small and medium-sized enterprises (SMEs) in Indonesia. The popularity of tempe among Indonesians is closely linked to its health benefits. The high consumption rate of tempe indicates significant potential for the industry, particularly for SMEs involved in its production. A home-based tempe business in Tambak Beras Village, Jombang Regency, exemplifies such an SME. Despite its considerable potential, observations reveal that the business faces several challenges, including the absence of a governing institution or agency, poor financial management, and a labor shortage. This study uses SWOT analysis to formulate an appropriate development strategy for tempe production in Tambakberas Village, Jombang Regency. The research employs descriptive and quantitative methods to analyze development strategies for tempe SMEs. The data was collected in 2024 in Jombang Regency. The purposive sampling was used to select the study sample. Data was collected by observation and interviews. Then, the data was analyzed using SWOT analysis and the EFAS and IFAS matrix. The results showed that the tempe in Tambakberas Village, Jombang Regency, holds a strong internal position with an internal key factor score of 1.10. The EFAS matrix analysis reveals an external key factor score of 1.55, indicating that the business is well-positioned to capitalize on opportunities while managing industry threats. Based on the IE matrix derived from the EFAS and IFAS matrices, the tempe business in Tambakberas Village is located in Quadrant I. This positioning suggests that an aggressive strategy is recommended to foster growth, given that the Tempe business has internal strengths that align with external opportunities. The research implies that the home industry needs to improve Human Resources competency, optimize financial management, and expand the tempe business.

Keywords: development strategy; EFAS; IFAS; SWOT; tempe.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) berperan untuk memberikan kesempatan kerja serta meningkatkan penghasilan masyarakat Indonesia. Pengembangan dan inovasi produk lebih mudah dilakukan oleh UMKM, sehingga membuka peluang untuk menyerap lebih banyak tenaga kerja dan beradaptasi dengan perubahan pasar (Suyadi, Syahdanur, 2018). Menurut (Besse Qur'aini, 2023), di saat perekonomian Indonesia mengalami guncangan yang besar karena COVID-19, pelaku UMKM hanya terkena dampak yang sedikit, karena mengimplementasikan strategi bisnis yang tepat melalui pemanfaatan *e-commerce*, pemasaran digital, peningkatan kualitas produk, serta memperbaiki kemitraan dan pelayanan (Respatiningsih, 2021).

UMKM yang populer di Indonesia salah satunya yaitu usaha produksi tempe. Tempe adalah produk bioteknologi konvensional yang dibuat dengan memfermentasikan biji-bijian seperti kedelai sebagai bahan dasar. Pada saat proses fermentasi, terjadi aktivitas enzimatik dari kapang, yang akan menguraikan bahan dasar tempe yang kompleks menjadi lebih sederhana sehingga meningkatkan ketercernaan pangan. Dalam proses fermentasi tempe, mikroba strain *Rhizopus* banyak digunakan sebagai starter, terutama *R. oligosporus* dan *R. oryzae* (Moensaku et al., 2021). Produksi tempe umumnya masih dilakukan secara tradisional. Sebagian besar produsen tempe berasal dari industri



rumah tangga, sehingga alat yang digunakan tidak terstandarisasi (Alvina et al., 2019). Meskipun daya beli masyarakat terhadap produk olahan kedelai sangat tinggi, industri tempe masih terdiri dari perusahaan kecil dan menengah (Sinike Hara & Sondakh, 2017). Padahal, tingkat konsumsi tempe cukup tinggi dengan rata-rata per kapita per minggu adalah 0,136 kg (Badan Pusat Statistik, 2024). Manfaat tempe menjadikan makanan ini populer di kalangan orang Indonesia. Tempe mengandung asam amino esensial, asam amino yang didapatkan dari sumber luar tubuh. Kandungan nutrisi tersebut membuat tempe menjadi salah satu pilihan sumber protein nabati yang baik. Selain itu, tempe mengandung vitamin A, D, E, Ca, P, K, Fe, Mn, Mg, Zn, Cu, riboflavin, niasin, vitamin B12 (Aryanta, 2023).

Popularitas tempe kian melejit dengan adanya perubahan gaya hidup pada masyarakat modern. Pandangan masyarakat terhadap tempe yang dulunya dianggap sebagai makanan kuno dan identik dengan makanan masyarakat kurang mampu, kini mulai mengalami pergeseran. Tren pola makan vegetarian yang semakin menjamur di masyarakat, membuka peluang besar bagi tempe untuk semakin terkenal di pasar global. Saat ini tempe sudah banyak ditemui di supermarket, restoran, dan kafe. Permintaan masyarakat terhadap tempe yang meningkat menunjukkan adanya potensi besar bagi industri tempe terutama bagi UMKM yang bergerak di sektor industri tempe untuk mengembangkan usahanya.

Usaha tempe rumah yang terletak di Desa Tambakberas Kabupaten Jombang merupakan salah satu UMKM pada sektor produksi tempe. Meskipun memiliki banyak potensi, hasil observasi menunjukkan bahwa masih ada banyak permasalahan yang dihadapi oleh UMKM. Masalah yang ada pada Usaha Tempe di Desa Tambakberas ini diantaranya yaitu masih memiliki tenaga kerja yang sedikit, pengelolaan keuangan yang kurang baik, belum adanya suatu organisasi atau lembaga yang mengawasi industri pembuatan tempe. Adanya kekurangan tenaga kerja menyebabkan UMKM mengalami kesulitan dalam melaksanakan produksi dengan efisien, membutuhkan waktu lama akibat tidak cukupnya tenaga untuk mengerjakan produksinya. Selain itu, masalah lain yaitu pengelolaan keuangan masih buruk, sehingga berpotensi menyebabkan sulitnya alokasi dana operasional dan pengembangan usaha. Di Desa Tambakberas juga masih tidak ada organisasi maupun lembaga yang mengawasi, tanpa adanya pengawasan dari lembaga, UMKM mengalami kesulitan karena tidak ada yang dapat memberikan arahan dan bantuan dalam pengelolaan usaha. Permasalahan-permasalahan tersebut dapat menghambat potensi pengembangan Usaha Tempe di Desa Tambakberas, sehingga diperlukan strategi yang tepat untuk mengatasinya.

Beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa analisis SWOT dapat digunakan sebagai langkah pengembangan strategi bisnis pada berbagai usaha. Seperti penggunaan analisis SWOT sebagai metode dalam mengembangkan pemasaran berbagai olahan apel yang ada di Malang Raya (Relawati et al., 2017), pengembangan usaha pemasaran komoditas semangka di Pulau Setokok (Harlan et al., 2021), analisis usaha pada pabrik tahu di Jakarta (Sofia & Rowlan Takaya, 2023) dan pengembangan UMKM Makanan dan Minuman di Kelurahan Keputih (Irma Nur Hanifa et al., 2023). Salah satu studi yang relevan dilakukan oleh (Nasrullah et al., 2023), mengidentifikasi UMKM Rumah Tempe di Kota Pontianak melalui analisis SWOT. Penelitian ini menekankan pentingnya analisis SWOT dalam menentukan faktor-faktor internal serta eksternal yang mempengaruhi UMKM tempe. Hasil penelitian menunjukkan perhitungan SWOT berada pada kuadran I dengan strategi alternatif yang dapat digunakan yaitu strategi S-O (*strength-opportunities*). Penelitian sejenis dilakukan (Ridha, 2021), yang menyoroati pemasaran produk olahan tempe di Desa Kuala Jeumpa menunjukkan bahwa strategi *growth oriented* lebih tepat digunakan sebagai strategi pemasaran tempe dengan memanfaatkan faktor kekuatan dan peluang yang ada. Penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa analisis SWOT dapat digunakan untuk merumuskan strategi pengembangan UMKM, termasuk Usaha Tempe di Desa Tambakberas.

Penelitian dengan menggunakan analisis SWOT telah banyak dilakukan. Namun, masih terdapat kesenjangan penelitian dalam konteks spesifik Usaha Tempe di Indonesia. Analisis SWOT banyak digunakan di sektor lain, akan tetapi tidak fokus pada Usaha Tempe di suatu daerah tertentu. Selain itu, pengembangan Usaha Tempe lebih banyak dilakukan pada produk-produk olahan tempe dibandingkan dengan produk tempe itu sendiri. Ini menunjukkan bahwa terdapat kebutuhan adanya penelitian yang lebih mendalam untuk menentukan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pengembangan Usaha Tempe, termasuk tantangan yang dihadapi serta pemasaran dan distribusi produk. Dengan demikian, penelitian ini perlu dilakukan dengan tujuan untuk mengisi kesenjangan dengan memberikan analisis yang berfokus pada Usaha Tempe yang lebih spesifik dan terfokus di Desa Tambakberas, termasuk melakukan identifikasi strategi yang dapat diimplementasikan sebagai kekuatan maupun peluang yang ada untuk mengatasi berbagai kelemahan maupun ancaman. Penelitian ini akan berkontribusi terhadap literatur yang ada serta dapat dijadikan sebagai

rekomendasi praktis yang dapat diimplementasikan oleh Usaha Tempe di Desa Tambakberas untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

Tujuan dari penelitian yaitu menentukan strategi pengembangan yang lebih cocok diterapkan pada Usaha Tempe di Desa Tambakberas, Kabupaten Jombang, melalui analisis dengan menggunakan SWOT. Penelitian dilakukan untuk memahami kondisi internal dan kondisi eksternal dari Usaha Tempe tersebut sehingga pelaku usaha mendapatkan wawasan yang cukup mengenai faktor-faktor yang berpengaruh terhadap proses bisnis mereka. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai gambaran oleh pelaku usaha untuk menentukan rencana strategis yang efektif dalam pengelolaan Usaha Tempe di Desa Tambakberas.

MATERI DAN METODE

Penelitian dilakukan di Usaha Tempe Desa Tambakberas Kabupaten Jombang pada tahun 2024. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian strategi pengembangan Usaha Tempe yaitu penelitian deskriptif kuantitatif. Pendekatan deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai kondisi Usaha Tempe di Desa Tambakberas saat ini, sedangkan pendekatan kuantitatif diperoleh dari hasil olah data yang didapatkan dari hasil penilaian langsung penelitian meliputi komponen internal dan eksternal. Komponen internal meliputi faktor kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) yang dimiliki oleh Usaha Tempe di Desa Tambakberas di Kabupaten Jombang. Sedangkan komponen eksternal meliputi faktor peluang (*opportunities*) dan juga ancaman (*threats*). Metode purposive sampling digunakan dalam penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian. Beberapa kriteria yang dipakai untuk pemilihan sampel didasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh (Nyimbili & Nyimbili, 2024). Dalam penelitian, kriteria Usaha Tempe adalah sebagai berikut: 1) telah beroperasi selama minimal dua tahun; 2) memiliki bisnis tempe skala kecil hingga menengah; dan 3) memiliki pengalaman dalam produksi tempe.

Teknik pengumpulan data dilakukan terdiri dari dua metode utama yaitu observasi langsung dan wawancara. Observasi adalah suatu teknik atau metode pengumpulan data dengan mengamati secara langsung aktivitas yang sedang berlangsung. Metode observasi langsung dilakukan dengan cara mengamati secara langsung kegiatan yang berlangsung di lokasi penelitian. Peneliti terlibat langsung di tempat penelitian untuk memperoleh informasi yang lebih akurat serta mendalam tentang kondisi Usaha Tempe Desa Tambakberas Kabupaten Jombang. Pendekatan ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran yang lebih jelas mengenai seperti apa praktik Usaha Tempe di lapangan. Metode kedua yaitu metode wawancara. Wawancara dilakukan secara terarah bebas, peneliti mengajukan pertanyaan ke responden untuk mendapatkan informasi terkait usaha yang dilakukan, tentang kondisi dan masalah yang dihadapi Usaha Tempe di Desa Tambakberas.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode IFAS, metode EFAS, serta analisis SWOT sesuai dengan metode yang dilakukan (Sulaeman & Alqifari, 2021). Menurut (Fred R. David, 2017), matriks IFAS adalah alat untuk menentukan faktor-faktor internal usaha berupa kekuatan serta kelemahan yang muncul dalam usaha produksi tempe. Sedangkan, matriks EFAS digunakan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman. Langkah-langkah analisis data melibatkan beberapa langkah yaitu mengidentifikasi faktor, perhitungan IFAS dan juga EFAS, analisis SWOT, dan menentukan strategi pengembangan usaha. Identifikasi faktor dilakukan melalui identifikasi faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) apa saja yang muncul dalam pelaksanaan usaha, serta faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang berpengaruh terhadap Usaha Tempe Desa Tambakberas. Selanjutnya dilakukan perhitungan IFAS dan EFAS, dengan memberikan bobot pada setiap faktor yang ada berdasarkan tingkat kepentingan serta dampaknya terhadap pengembangan Usaha Tempe, baik dari faktor internal maupun faktor eksternal. Bobot ditentukan dengan memberikan nilai berdasarkan urgensi kepentingan. Nilai diberikan pada skala 0,05-0,20, di mana skala 0,05 di bawah rata-rata dan skala 0,20 berarti sangat kuat, sehingga total akhir bobot adalah 1. Langkah selanjutnya yaitu menentukan rating untuk menentukan tingkat prioritas faktor. Skala rating yang digunakan yaitu 1-5 (1=sangat tidak penting, 5=sangat penting). Perhitungan skor setiap faktor dilakukan dengan mengalikan nilai bobot dengan rating. Penilaian diberikan dari 1 hingga 5 (1=buruk, 5=sangat baik). Selanjutnya dilakukan analisis SWOT yang dilakukan untuk menentukan posisi usaha pada matriks kekuatan (S), kelemahan (W), peluang (O), dan tantangan (T). Matriks SWOT terdiri dari empat strategi, strategi yang menggabungkan antara kekuatan dan peluang disebut dengan strategi SO, kelemahan dengan peluang disebut strategi WO, kekuatan dengan ancaman disebut strategi ST, dan kelemahan dengan ancaman disebut strategi WT. Langkah selanjutnya yaitu menentukan strategi pengembangan usaha yang dilakukan dengan menentukan titik koordinat pada kuadran. Kuadran dalam analisis SWOT dibagi menjadi empat bagian, di mana masing-masing menggambarkan aspek yang berbeda. Posisi usaha pada kuadran I mendukung untuk digunakannya

strategi agresif, kuadran II strategi diversifikasi, kuadran III strategi perputaran, dan kuadran IV strategi defensive

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Faktor – Faktor Internal dan Eksternal Usaha Tempe

Metode SWOT merupakan suatu metode rencana strategis yang dapat digunakan dalam menganalisis faktor-faktor yang meliputi faktor kelemahan (*weaknesses*), kekuatan (*strenghts*), ancaman (*threats*), dan peluang (*opportunities*) dalam perencanaan usaha atau perkiraan bisnis. Keempat faktor tersebut yang membentuk komponen pada perhitungan analisis SWOT (*strenghts, weaknesses, opportunities, threats*). Analisis SWOT dapat diimplikasikan dengan cara melakukan analisis dan memilih berbagai macam hal dari keempat faktornya, yang dituangkan kedalam Matriks Analisis SWOT (Syamruddin, 2020). Analisis SWOT memberikan gambaran menyeluruh tentang dinamika bisnis, memungkinkan suatu entitas memahami posisinya di pasar sekaligus mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi dalam proses pengambilan keputusan bisnis. Melalui evaluasi terhadap kekuatan internal, entitas dapat memanfaatkan keunggulan kompetitif untuk menonjol di tengah persaingan. Di sisi lain, pengenalan terhadap kelemahan menjadi peluang untuk memperbaiki operasional dan meminimalkan risiko di masa mendatang (Mashuri & Nurjannah, 2020). Berikut identifikasi faktor – faktor Internal dan juga Eksternal usaha tempe :

1. Faktor Internal

Analisis faktor internal bertujuan mengenali faktor kekuatan (*strenghts*) dan kelemahan (*weaknesses*) suatu perusahaan. Identifikasi kekuatan membantu memahami keunggulan, seperti kualitas produk, efisiensi operasional, atau hubungan pelanggan yang baik, yang dapat mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis. Sementara itu, pengenalan kelemahan berfokus pada area yang memerlukan perbaikan, seperti manajemen keuangan, keterbatasan sumber daya, atau kurangnya inovasi. Dengan memahami kelemahan ini, perusahaan dapat menyusun strategi perbaikan untuk meningkatkan kinerja, mengurangi risiko, dan menciptakan kondisi yang lebih kompetitif di pasar. Analisis ini menjadi langkah awal penting dalam perencanaan strategis yang efektif.

a. Kekuatan

Kekuatan yang dimiliki oleh usaha tempe Desa Tambakberas Kabupaten Jombang adalah dari segi kualitas tempe yang dihasilkan, hubungan yang diciptakan secara baik antara produsen dan konsumen, harga yang dapat dijangkau oleh masyarakat, serta produk tempe yang bebas dari pengawet kimia berbahaya. Produk tempe yang ditawarkan adalah produk alami yang sehat menjadi keunggulan signifikan di tengah meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap gaya hidup sehat. Selain itu, produk yang dihasilkan memiliki kualitas tinggi yang menjadi daya tarik utama konsumen. Hal ini mencakup tekstur yang padat, rasa yang enak, dan aroma yang khas. Konsistensi dalam menjaga kualitas produk juga dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Disamping keunggulan produk, hubungan yang baik dengan pelanggan menciptakan kepercayaan dan kepuasan, komunikasi yang terbuka memungkinkan produsen memahami kebutuhan konsumen dan memberikan layanan yang personal, serta pembentukan relasi ini juga mempermudah pemasaran yang dilakukan dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang berdampak efektif juga sebagai faktor pendukung dalam usaha tempe tersebut.

b. Kelemahan

Kelemahan yang terdapat pada usaha tempe ini adalah Kurangnya tenaga kerja, Usaha tempe terbilang rumahan dengan skala kecil, Manajemen keuangan usaha yang kurang baik, dan tidak tersedianya lembaga atau organisasi yang menaungi industri rumah tangga tempe. Berdasarkan hasil wawancara lapang yang telah dilakukan mengenai faktor kelemahan internal tersebut, dapat dijelaskan bahwa kurangnya SDM yang mumpuni menjadi factor utama yang dihadapi. Sumber daya manusia adalah sumber tenaga dan penggerak yang utama bagi sebuah Perusahaan/ usaha. Adanya keahlian/ kemampuan dalam hal pengolahan tempe merupakan factor yang memiliki peran penting dalam menjalankan usaha tempe yang efektif dan efisien. Selain kurangnya tenaga kerja, usaha ini juga merupakan usaha dengan skala kecil dan pengelolaan manajemen yang kurang baik. Sistem pengelolaan manajemen yang baik akan memberikan dampak pada keberlangsungan usaha yang dijalankan.

2. Faktor Eksternal

Analisis faktor eksternal berfokus pada analisa faktor luar yang dapat menciptakan nilai peluang atau menimbulkan ancaman bagi perusahaan. Peluang merupakan kondisi positif yang menguntungkan, seperti tren pasar baru atau dukungan kebijakan yang menguntungkan. Memahami peluang, baik yang ada saat kondisi sekarang maupun kondisi potensi yang akan terjadi dimasa depan, sangat penting untuk pengembangan usaha. Sebaliknya, ancaman adalah faktor yang merugikan, seperti persaingan ketat, perubahan regulasi, atau kondisi ekonomi yang tidak stabil, yang dapat menjadi hambatan utama dalam mencapai tujuan perusahaan. Menyikapi ancaman dengan strategi mitigasi menjadi kunci untuk mengurangi dampak negatifnya.

a. Peluang

Faktor eksternal yang dapat memberikan nilai peluang pada usaha tempe adalah kondisi lingkungan yang mendukung dan aman, pemilihan kualitas bahan baku tempe yang bagus, bahan baku mudah untuk didapat, memiliki pelanggan tetap, dan perkembangan teknologi pengolahan pangan. Faktor eksternal yang memberikan peluang pada usaha tempe mencakup berbagai aspek yang mendukung pengembangan bisnis. Kondisi lingkungan yang mendukung dan aman menciptakan stabilitas yang memungkinkan operasional usaha berjalan lancar tanpa hambatan berarti. Selain itu, kualitas bahan baku tempe yang bagus menjadi keunggulan tersendiri, karena bahan berkualitas tinggi seperti kedelai akan menghasilkan tempe yang unggul dan diminati konsumen. Kemudahan dalam mendapatkan bahan baku juga menjadi peluang besar, karena menjamin kelancaran produksi dan efisiensi biaya. Keberadaan pelanggan tetap memberikan fondasi yang kuat untuk keberlangsungan usaha, menciptakan pasar yang stabil, dan meningkatkan potensi pertumbuhan melalui loyalitas pelanggan. Lebih lanjut, perkembangan teknologi pengolahan pangan membuka peluang untuk meningkatkan efisiensi, kualitas, dan inovasi produk, seperti diversifikasi tempe dengan varian baru atau penggunaan teknik pengemasan modern yang lebih menarik. Dengan memanfaatkan peluang ini, usaha tempe memiliki potensi besar untuk berkembang dan bersaing di pasar.

b. Ancaman

Faktor eksternal mampu memberikan ancaman bagi keberlangsungan/ keberlanjutan usaha tempe Desa Tambakberas Kabupaten Jombang adalah harga bahan utama pada tempe yakni kedelai yang fluktuatif, Banyak pesaing yang bergelut di bidang yang sama, cuaca yang tidak menentu, dan kualitas bahan baku kedelai lokal yang kurang baik dibandingkan dengan kedelai impor. Faktor eksternal yang dapat menjadi ancaman bagi keberlangsungan/ keberlanjutan usaha tempe tersebut meliputi berbagai aspek yang dapat menghambat stabilitas dan pertumbuhan bisnis. Salah satu ancaman utama adalah harga bahan utama, yakni kedelai, yang cenderung fluktuatif. Ketidakstabilan harga ini dapat berdampak pada peningkatan biaya produksi, sehingga memengaruhi margin keuntungan. Selain itu, tingginya tingkat persaingan yang bergerak di bidang yang sejenis menimbulkan persaingan ketat di pasar, yang dapat mengurangi pangsa pasar dan menuntut usaha untuk terus berinovasi agar tetap relevan. Cuaca yang tidak menentu juga menjadi ancaman, karena dapat memengaruhi hasil panen kedelai dan pasokan bahan baku, yang pada akhirnya memengaruhi produksi tempe. Terakhir, kualitas kedelai lokal yang kurang baik dibandingkan dengan kedelai impor menjadi tantangan tersendiri, karena dapat memengaruhi kualitas akhir produk. Faktor-faktor ini memerlukan perhatian khusus dan strategi mitigasi untuk menjaga keberlangsungan usaha tempe di tengah dinamika pasar dan lingkungan.

Analisis Perumusan Strategi Alternatif Melalui SWOT

Analisis perumusan formulasi strategi menggunakan metode SWOT bertujuan untuk menganalisis data dari penelitian terkait faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi usaha tempe Desa Tambakberas Kabupaten Jombang. Metode ini dilakukan dengan cara mengidentifikasi faktor kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) yang relevan untuk pengembangan usaha. Analisis SWOT diterapkan melalui dua matriks utama, yaitu Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Summary) untuk mengevaluasi faktor internal dan Matriks EFAS (External Factor Analysis Summary) untuk mengevaluasi faktor eksternal. Matriks IFAS bertujuan mengenali kekuatan internal, seperti hubungan yang baik antara produsen dan konsumen, kualitas produk yang konsisten, atau efisiensi produksi. Selain itu, matriks ini juga mengidentifikasi kelemahan, seperti skala usaha kecil, manajemen keuangan yang belum optimal, atau keterbatasan tenaga kerja. Matriks EFAS digunakan untuk menganalisis peluang eksternal, seperti meningkatnya permintaan pasar terhadap produk tempe, tren gaya hidup sehat, atau dukungan kebijakan pemerintah. Di sisi lain, ancaman eksternal seperti persaingan tingkat pasar, ketidakstabilan harga

bahan baku kedelai, atau perubahan terkait regulasi juga ikut dalam tahapan identifikasi. Melalui integrasi matriks IFAS dan EFAS, analisis SWOT membantu menyusun strategi yang efektif, seperti memanfaatkan kekuatan dalam menangkap peluang (strategi SO), mengatasi kelemahan guna memanfaatkan peluang (strategi WO), memanfaatkan kekuatan untuk menghadapi ancaman (strategi ST), atau meminimalkan kelemahan untuk mengurangi dampak ancaman (strategi WT) (Sylvia & Hayati, 2023). Melakukan tahapan pemilihan faktor-faktor strategis bagi perusahaan/ usahayang dituangkan kedalam bentuk Matriks IFAS dan EFAS yang bertujuan untuk mengetahui apakah pada faktor kekuatan yang dimiliki lebih besar daripada faktor kelemahan ataupun sebaliknya. Kemudian apakah sebuah usaha/ perusahaan tersebut mampu bertahan dengan memanfaatkan peluang yang ada untuk mengatasi ancaman yang terjadi. Berdasarkan data pengamatan yang diambil di lapang, matriks IFAS dan EFAS dijabarkan pada tabel berikut.

a. Matriks IFAS

Penilaian bobot faktor menggunakan metode IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) melalui cara pemberian penilaian bobot dan rating (Kusbandono, 2019).

Tabel 1. Penentuan nilai bobot, nilai rating dan skor faktor internal

Faktor Internal (IFAS)		Bobot (B)	Rating (R)	Skor (BxR)
Kekuatan (+)				
1	Menghasilkan Kualitas tempe yang baik	0,10	3	0,30
2	Hubungan yang terjalin dengan baik antara produsen dan konsumen	0,15	5	0,75
3	Harga yang terjangkau	0,10	4	0,40
4	Tempe yang dihasilkan bebas dari kandungan pengawet kimia berbahaya	0,10	4	0,40
Total Kekuatan				1,85(a)
Kelemahan (-)				
1	Kurangnya tenaga kerja	0,20	-2	-0,20
2	Usaha tempe masih terbilang rumahan dengan skala kecil	0,10	-2	-0,20
3	Pengelolaan/ manajemen keuangan usaha yang kurang tertata dengan baik	0,15	-1	-0,15
4	Belum tersedianya lembaga atau organisasi yang mendukung industri rumah tangga tempe skala kecil	0,10	-2	-0,20
Total Kelemahan				-0,75(b)
Total Kekuatan+Kelemahan		1,00		1,10

Hasil analisis matriks IFAS menunjukkan bahwa skor faktor kunci kekuatan dan kelemahan Usaha Tempe Desa Tambakberas Kabupaten Jombang adalah 1,10, menandakan posisi internal yang cukup kuat. Faktor kekuatan memperoleh skor 1,85, sedangkan faktor kelemahan mendapatkan skor 1,10. Perbandingan ini mengindikasikan bahwa Usaha Tempe di Desa Tambakberas Kabupaten Jombang memiliki keunggulan internal yang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan usaha, sekaligus kemampuan untuk menghadapi kelemahan yang ada. Hal ini selaras dengan penelitian tentang strategi pengembangan formulasi bisnis pada rumah tempe di Kota Bogor oleh (Purwono et al., 2015) yang menyatakan bahwa dalam mengembangkan bisnis/ usaha tempe harus mampu memanfaatkan potensi kekuatan internalnya dan mampu mengatasi kendala/ kelemahan yang ada dimana nilai kekuatan lebih besar dibandingkan dengan nilai kelemahan. Kekuatan utama dari usaha ini adalah hubungan yang baik antara produsen dan konsumen, sebagaimana tercermin dalam skor 0,75. Hubungan ini mencerminkan tingkat kepercayaan yang tinggi antara kedua pihak, yang menjadi modal penting dalam memperluas pasar dan meningkatkan daya saing. Namun, kelemahan yang dihadapi oleh Usaha Tempe cukup signifikan, termasuk kurangnya tenaga kerja yang memadai, skala usaha yang masih kecil, serta manajemen keuangan yang belum optimal. Selain itu, ketiadaan lembaga atau organisasi pendukung menjadi tantangan lain yang harus diatasi dalam meningkatkan daya saing penjualan dan keberlanjutan usaha. Minimnya kompetensi/ skill yang dimiliki oleh tenaga kerja menjadi salah satu faktor kendala yang dihadapi. Kurangnya program/ pelatihan terkait pengembangan kompetensi belum dilakukan secara optimal.

Memanfaatkan faktor kekuatan yang ada serta mengatasi kelemahan ini, Usaha Tempe di Desa Tambakberas Kabupaten Jombang memiliki peluang untuk dapat berkembang pesat dalam peningkatan volume penjualan di waktu yang akan datang.

Tabel 2. Penilaian bobot, rating dan skor faktor eksternal

Faktor Eksternal (EFAS)		Bobot (B)	Rating (R)	Skor (BxR)
Peluang (+)				
1	Kondisi lingkungan yang aman menjadi faktor pendukung	0,15	3	0,45
2	Kualitas bahan baku tempe yang didapatkan memiliki mutu yang baik	0,15	3	0,45
3	Bahan baku yang mudah untuk didapat	0,10	4	0,40
4	Memiliki pelanggan tetap	0,15	3	0,45
Total Peluang				1,95(c)
Ancaman (-)				
1	Harga bahan utama pada tempe yakni kedelai biasanya tidak menentu/ fluktuatif, terlebih lagi bila harga melonjak naik	0,10	-1	-0,10
2	Banyak pesaing yang bergelut di bidang yang sama	0,10	-1	-0,10
3	Cuaca yang tidak menentu	0,05	-1	-0,10
4	Kualitas kedelai lokal yang kurang baik dibanding kualitas kedelai impor	0,10	-2	-0,20
Total Ancaman				-0,40(d)
Total Peluang+Ancaman		1,00		1,55

Hasil analisis matriks EFAS menunjukkan skor faktor eksternal kunci sebesar 1,55. Skor ini mengindikasikan bahwa Usaha Tempe mampu memanfaatkan peluang yang ada sekaligus mampu mengatasi ancaman yang terjadi didalam industri. Dari matriks EFAS, faktor peluang memperoleh skor 1,95, sementara faktor ancaman mendapat skor -0,40. Perbedaan ini menegaskan bahwa total skor peluang yang dihasilkan lebih tinggi dibandingkan ancaman. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan usaha/ bisnis yang dijalankan dalam merespons peluang secara optimal dan menghadapi tantangan dengan baik. Faktor utama yang mendukung keberhasilan Usaha Tempe adalah kualitas bahan baku yang baik, yang menjadi keunggulan kompetitif. Namun, tantangan terbesar yang harus diatasi adalah fluktuasi harga kedelai, yang memengaruhi stabilitas operasional usaha.

b. Matriks SWOT

Analisis SWOT membantu usaha menyusun formulasi strategi yang tepat dengan memanfaatkan faktor peluang eksternal dan faktor kekuatan internal yang ada didalam usaha tersebut, serta mampu mengatasi ancaman eksternal serta kelemahan internal yang terjadi didalam usaha.

Matriks SWOT memberikan gambaran kondisi yang dihadapi secara jelas dan mendalam. Strategi yang dapat dirumuskan melalui matriks ini meliputi: Strategi SO didefinisikan dalam pengoptimalan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada, Strategi WO merupakan strategi yang dirancang untuk mengatasi kelemahan dalam memanfaatkan peluang, Strategi ST yaitu menggunakan faktor kekuatan untuk menghadapi faktor ancaman, dan Strategi WT merupakan strategi dengan meminimalkan sektor kelemahan untuk mengurangi dampak ancaman. Dengan penyesuaian yang tepat terhadap kondisi, strategi ini memungkinkan usaha untuk terus tumbuh dan berkembang dan memiliki daya saing yang lebih tinggi dibandingkan kompetitornya (Inayati et al., 2018).

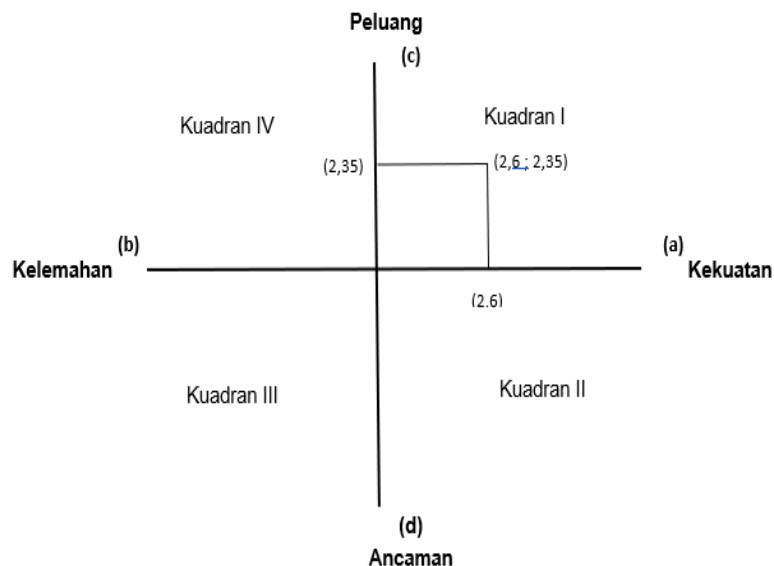
Berdasarkan hasil lapang yang telah dilakukan analisa menggunakan metode IFAS dan EFAS diperoleh strategi pengembangan alternatif pada usaha tempe. Matriks SWOT ini digunakan untuk menentukan rumusan strategi SO (*Strength and Opportunity*), WO (*Weakness and Opportunity*), ST (*Strength and Threat*) dan WT (*Weakness and Threat*), dimana strategi – strategi tersebut akan diterapkan pada unit usaha dalam melakukan perbaikan kelemahan pada usaha tempe serta meminimalkan faktor ancaman,serta mampu menjadi unit usaha yang dapat bertahan di dalam persaingan industri yang sebidang. Rumusan strategi berdasarkan matrik SWOT dapat dilihat pada Tabel 3.

Menentukan titik ordinat dapat dilakukan dengan cara melakukan perhitungan dari faktor internal dan juga eksternal. Hal ini bertujuan untuk mengetahui posisi dari unit usaha tempe Desa Tambakberas Kabupaten Jombang. Penentuan ordinat Sumbu Horizontal (X) yang digambarkan sebagai faktor internal yang meliputi kekuatan dan juga kelemahan diperoleh dari hasil $X = 1,85 - (-0,75) = 2,6$. Sedangkan ordinat Sumbu Vertikal (Y) yang digambarkan sebagai faktor eksternal yang terdiri dari gaktor peluang dan ancaman diperoleh dari hasil perhitungan $Y = 1,95 - (-0,40) = 2,35$.

Dari hasil perhitungan titik koordinat antara X dan Y tersebut, didapatkan nilai ordinat kedua sumbu (X,Y) memiliki nilai yang positif. Hasil tersebut kemudian dituangkan dalam diagram cartesius yang memuat Kuadran I-IV. Pada Gambar 1 dapat dilihat bahwa titik perpotongan ordinat berada pada (2,6 ; 2,35).

Tabel 3. Rumusan strategi berdasarkan matriks SWOT

IFAS	Kekuatan (S)		Kelemahan (W)		
	1. Kualitas tempe yang dihasilkan	yang	1. Kurangnya tenaga kerja		
EFAS	2. Hubungan antara produsen dan konsumen terjalin dengan baik		2. Usaha tempe terbilang rumahan dengan skala kecil		
	3. Harga terjangkau		3. Pengelolaan keuangan pengusaha yang kurang baik		
	4. Tempe bebas dari pengawet kimia yang membayakan		4. Tidak ada lembaga atau organisasi yang menaungi industri rumah tangga tempe		
Peluang (O)		Strategi S,O		Strategi W,O	
1. Kondisi lingkungan yang mendukung dan aman	1. Menjaga serta meningkatkan kualitas produk untuk mempertahankan konsumen yang sudah ada serta memperoleh konsumen baru (S1,S2,S3,S4,O4,O5)	1. Membentuk lembaga atau organisasi untuk mempermudah akses informasi, pasar, permodalan, bahan baku dan teknologi (W4,O1,O3,O5)			
2. Kualitas bahan baku tempe yang bagus					
3. Bahan baku mudah didapat					
4. Memiliki pelanggan tetap					
5. Perkembangan teknologi pengolahan pangan					
Ancaman (T)		Strategi S,T		Strategi W,T	
1. Harga bahan utama pada tempe yakni kedelai biasanya tidak menentu, terlebih lagi bila harga melonjak naik	1. Menjaga loyalitas konsumen dengan mempertahankan harga yang terjangkau serta kualitas produk. (S1,S2,S3,T1,T2)	1. Menjalin komunikasi yang baik antara pengusaha dan pemerintah dalam mengembangkan industri rumah tangga tempe kedelai. (W4,T2,T4)			
2. Banyak pesaing yang bergelut di bidang yang sama	2. Mengoptimalkan ketersediaan bahan baku (S2,S3,T4)	2. Memperbaiki kualitas SDM dengan memberikan pelatihan berupa manajemen produksi dan sosialisasi teknologi untuk meningkatkan hasil produksi. (W1,T2,T4)			
3. Cuaca yang tidak menentu					
4. Kualitas kedelai lokal yang kurang baik dibanding impor					



Gambar 1. Analisis matriks SWOT

Berdasarkan matriks IE yang diperoleh dari matriks EFAS dan IFAS, Usaha Tempe di Desa Tambakberas Kabupaten Jombang terletak pada posisi kuadran I. Kuadran I menunjukkan bahwa Usaha Tempe tersebut, mempunyai kekuatan internal yang mendukung faktor peluang yang ada, sehingga strategi yang disarankan adalah strategi agresif untuk mendorong pertumbuhan. Menurut (Sylvia & Hayati, 2023), pada posisi ini merupakan kondisi yang sangat menguntungkan bagi unit usaha untuk menciptakan kekuatan internal yang dimiliki secara signifikan dan peluang eksternal yang terbuka lebar guna meningkatkan unit usaha yang dibangun. Usaha Tempe di Desa Tambakberas Kabupaten Jombang berada dalam posisi yang kuat, karena kekuatan faktor internal didalamnya dapat dimanfaatkan guna meraih faktor peluang eksternal yang maksimal. Berdasarkan analisa tersebut, menunjukkan bahwa unit usaha tersebut memiliki kapasitas sumber daya, kemampuan, dan posisi yang memungkinkan untuk mengeksplorasi peluang yang tersedia, seperti peningkatan permintaan atau perubahan tren pasar yang menguntungkan. Strategi pengembangan yang dianjurkan untuk menghadapi situasi ini adalah strategi pengembangan agresif atau *growth-oriented strategy*, dimana strategi tersebut berfokus pada pengembangan usaha, perluasan pasar, peningkatan kapasitas produksi, dan penguatan keunggulan kompetitif.

Hal ini sesuai dengan (Khoiriyah et al., 2019), bahwa strategi agresif menunjukkan respon yang sangat baik dalam mengembangkan dan meningkatkan usaha. Dalam hal ini, langkah pengembangan usaha harus mengarah pada ekspansi pasar dan penguatan bisnis secara proaktif. Usaha Tempe Desa Tambakberas Kabupaten Jombang dapat meningkatkan kualitas produk, memperluas jangkauan distribusi, atau meningkatkan visibilitas merek untuk menarik lebih banyak konsumen. Strategi yang tepat dalam situasi ini adalah strategi SO pengembangan (Strength-Opportunity), dengan memanfaatkan faktor kekuatan yang dimiliki untuk mengkapitalisasi faktor peluang pasar, sehingga mempercepat pertumbuhan usaha dan menciptakan posisi yang lebih dominan dalam industri tempe. Strategi ini juga memanfaatkan adanya kekuatan dari sisi internal perusahaan untuk dapat memperoleh keuntungan dari sisi peluang eksternal yang dimiliki. Beberapa langkah strategi yang dapat dilakukan adalah dengan bekerjasama dengan mitra bahan baku kedelai untuk mendapatkan bahan baku yang berkualitas dengan harapan produk yang dihasilkan memiliki kualitas produk yang tinggi, melakukan hubungan baik dengan mitra distribusi baik lokal maupun nasional serta branding produk guna meningkatkan minat pembelian konsumen.

Pada umumnya, perusahaan atau unit usaha akan melakukan strategi WO, ST, atau WT dalam mencapai situasi dimana unit usaha tersebut dapat menjalankan strategi SO. Yang mana dengan memaksimalkan sisi kekuatan internal perusahaan atau unit usaha juga mampu memanfaatkan sisi peluang yang ada. Strategi menjaga dan meningkatkan kualitas produk tempe yang dihasilkan diharapkan dapat mempertahankan pelanggan atau konsumen yang telah ada serta dapat menarik konsumen baru merupakan formulasi strategi pengembangan yang dapat dilakukan Usaha Tempe di Desa Tambakberas Kabupaten Jombang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Usaha Tempe di Desa Tambakberas Kabupaten Jombang terletak dalam kuadran ke I yaitu diantara koordinat kekuatan dan peluang. Sehingga penerapan strategi yang seharusnya dilakukan yaitu pengembangan agresif yang diambil dengan meningkatkan kualitas produk tempe yang dihasilkan dan bekerjasama dengan mitra bahan baku dengan harapan mampu mempertahankan pelanggan yang sudah ada serta menarik pelanggan baru. Saran untuk Usaha Tempe di Desa Tambakberas Kabupaten Jombang dengan meningkatkan kompetensi Sumber Daya Manusia, mengoptimalkan manajemen keuangan, dan ekspansi bisnis usaha tempe.

REFERENSI

- Alvina, A., Hamdani, D. H., & Jumiono, A. (2019). Proses Pembuatan Tempe Tradisional. *Jurnal Ilmiah Pangan Halal*, 1(1), 9–12. <https://doi.org/10.30997/jiph.v1i1.2004>
- Aryanta, I. W. R. (2023). Kandungan Gizi Dan Manfaat Tempe Bagi Kesehatan. *Widya Kesehatan*, 5(2), 25–32. <https://doi.org/10.32795/widyakesehatan.v5i2.4828>
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Rata - Rata Konsumsi Per Kapita Seminggu Beberapa Macam Bahan Makanan Penting 2007-2024*.
- Besse Qur'aini, M. A. A. (2023). Analisis Faktor - Faktor Pengembangan UMKM dengan Transformasi Digital dalam Pertahanan Ekonomi Pasca Covid-19. *Jemma (Journal Economic Management and Accounting)*, 6(1), 12. <https://doi.org/https://doi.org/10.35914/jemma.v6i1.1603>
- Fred R. David. (2017). *Strategic Management: Manajemen Strategi Konsep* (13th ed.). Salemba Empat.

- Harlan, F. B., Wirawan, A., & Maulida, N. A. (2021). Analisis Swot Tentang Strategi Pemasaran Agribisnis Di Pulau Setokok (Studi Kasus Komoditas Semangka). *Jurnal AGRISEP: Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 20(01), 69–80. <https://doi.org/10.31186/jagrisep.20.01.69-80>
- Inayati, T., Evianah, & Prasetya, H. (2018). Perumusan Strategi dengan Analisis SWOT pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Studi Kasus UMKM Produk Sepatu di Mojokerto, Jawa Timur). *Seminar Nasional Manajemen Dan Bisnis Ke-3*, 217–231. <https://eRepository.uwks.ac.id/10246>
- Irma Nur Hanifa, Djulianhika Rachmanigtyas, & Asnanda Fairuz Tsuraya. (2023). Analisis SWOT dalam Mengembangkan UMKM Food and Beverage di Kelurahan Keputih. *Perigel: Jurnal Penyuluhan Masyarakat Indonesia*, 2(2), 69–74. <https://doi.org/10.56444/perigel.v2i2.903>
- Khoyriyah, N., Ekowati, T., & Anwar, S. (2019). The Development Strategy of Shallot Mini Tuber True Shallot Seed in Gobogan Regency. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 3(2), 278–293.
- Kusbandono, D. (2019). Analisis Swot Sebagai Upaya Pengembangan Dan Penguatan Strategi Bisnis (Study Kasus Pada Ud. Gudang Budi, Kec. Lamongan). *Jurnal Manajemen*, 4(2), 921. <https://doi.org/10.30736/jpim.v4i2.250>
- Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97–112. <https://doi.org/10.46367/jps.v1i1.205>
- Moensaku, E., Sine, Y., & Pardosi, L. (2021). Isolasi dan identifikasi kapang *Rhizopus* pada tempe kacang merah (*Phaseolus vulgaris* L). *Jurnal Pendidikan Biologi Undiksha*, 8(2), 61–69.
- Nasrullah, Prima, F., & Anggela, P. (2023). *Strategi Pengembangan Usaha UMKM Rumah Tempe Rekapan Penjualan*. 7(3), 83–87. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jtinUNTAN/issue/view/2162>
- Nyimbili, F., & Nyimbili, L. (2024). Types of Purposive Sampling Techniques with Their Examples and Application in Qualitative Research Studies. *British Journal of Multidisciplinary and Advanced Studies*, 5(1), 90–99. <https://doi.org/10.37745/bjmas.2022.0419>
- Purwono, J., Sugyaningsih, S., & Putri, Tama, R. (2015). Strategi Pengembangan Bisnis Rumah Tempe Indonesia di Kota Bogor, Propinsi Jawa Barat. *Jurnal NeO-Bis*, 9(1), 60–71. <https://journal.trunojoyo.ac.id/neo-bis/article/viewFile/682/602>
- Relawati, R., Baroh, I., & Ariadi, B. Y. (2017). Analisis Swot Untuk Pengembangan Strategi Pemasaran Produk Olahan Apel Di Malang Raya. *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 12(1), 58. <https://doi.org/10.20961/sepa.v12i1.14202>
- Respatiningsih, H. (2021). The Impact of E-Commerce on the Marketing Performance of MSMEs During the Covid-19 Pandemic Mediated by Competitive Advantage. *Proceedings of the 3rd International Conference on Banking, Accounting, Management and Economics (ICOBAME 2020)*, 169(Icobame 2020), 166–169. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210311.032>
- Ridha, M. (2021). *Jurnal Sains Pertanian Strategi pemasaran usaha tempe home Industri Bang Din di Desa Kuala Jeumpa Kecamatan Jeumpa Kabupaten Bireuen Marketing strategy for Bang Din ' s tempe home industry in Kuala Jeumpa Village , Jeumpa District , Bireuen Regency*. 4(1), 39–47. <https://jurnal.umuslim.ac.id/index.php/JSP/article/view/1134>
- Sinike Hara, R. M. K., & Sondakh, P. A. P. M. L. (2017). *Profil Industri Rumah Tangga Tahu Tempe “ X ” Di Kelurahan Bahu Kecamatan Malalayang Sinike Hara This study aims to determine the profile of the Tahu Tempe industry in Bahu District of industry of Tahu Tempe “ X ” in Bahu District of Malalayang earned a profit*. 13, 107–116. <https://doi.org/10.35791/agrsosek.13.2A.2017.16893>
- Sofia, S., & Rowlan Takaya. (2023). Analisis Strategi Pada Pabrik Tahu DN Di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(2), 2883–2890. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i2.17568>
- Sulaeman, S., & Alqifari, M. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Industri Tempe (Studi Kasus Pada Home Industri Tempe Batur Di Desa Jelantik). *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 5(4), 1588–1602. <https://doi.org/10.58258/jisip.v5i4.2646>
- Suyadi, Syahdanur, S. S. (2018). Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bengkalis-Riau. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 1(Upaya pengembangan umkm), 1. <http://jurnal.unpad.ac.id/sosiohumaniora/article/view/12249/6227>
- Syamruddin, S. (2020). Analisis Kelayakan Usaha Baby Buncis Kenya Kelompok Tani “Baby French Farmer Group” Dari Aspek IFAS, EFAS, dan IE. *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Humaniora*, 3(1), 118–131. <https://doi.org/10.33753/madani.v3i1.100>
- Sylvia, R., & Hayati, D. (2023). Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran Produk INDOSAT pada PT X. *Dinamika Ekonomi: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 124–134. <https://doi.org/10.53651/jdeb.v16i1.422>