

Analisis Strategi Pemasaran Pada Kewirausahaan Umkm Kuliner (Studi Kasus Rumah Makan “Saung Singgah” Di Padang Cermin Pesawaran Provinsi Lampung)

Syahril Daud, Desvan Aprilio, Dimas Alvin Edhi Hidayat ✉

Program Study Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bandar Lampung

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui alternatif strategi efektif yang dapat digunakan usaha rumah makan Saung Singgah berdasarkan faktor eksternal dan internal yang dimiliki. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Sumber data dalam penelitian ini adalah pemilik usaha, karyawan, dan pelanggan yang berada pada usaha rumah makan Saung Singgah. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah observasi dan wawancara, dengan teknik analisis data yaitu teknik analisis SWOT, IFAS dan EFAS, diagram SWOT dan matriks SWOT. Hasil penelitian ini adalah kekuatan dan menghadapi ancaman pada rumah makan saung Singgah mendukung strategi diversifikasi yaitu strategi dengan memanfaatkan kekuatan yang ada, dengan alternatif strategi adalah mengoptimalkan kegiatan operasional, membangun hubungan relasi terhadap pemasok meningkatkan kualitas produk.

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran, Kewirausahaan, UMKM, SWOT.

Copyright (c) 2024 **Syahril Daud**

✉ Corresponding author :

Email Address : syahril.daud@ubl.ac.id

PENDAHULUAN

Usaha rumah makan merupakan usaha kuliner yang menyediakan berbagai makanan dan minuman. Saat ini perkembangan usaha rumah makan di Kabupaten Pesawaran terutama di Padang Cermin meningkat sangat pesat. Kurangnya ide kreatif dan inovatif masyarakat dalam mendirikan usahanya, sehingga menyebabkan banyak ditemukan konsep rumah makan dengan menu yang sama. Tidak adanya ciri khas dari sebuah usaha sudah dipastikan usaha tersebut sulit untuk berkembang. Oleh sebab itu setiap usaha dituntut harus memiliki strategi tersendiri dalam usahanya dalam mempertahankan keberlangsungan hidup usahanya dan juga untuk meningkatkan volume penjualannya. Strategi merupakan alat dalam mencapai tujuan. Tujuan dari sebuah usaha secara umum yaitu untuk mendapatkan laba dan mempertahankan keberlangsungan hidup usaha tetap bertahan. Dalam hal ini sebuah usaha diharuskan memiliki strategi dalam mencapai tujuan usahanya.

Analisis SWOT sudah digunakan sejak puluhan tahun yang lalu yaitu untuk menyusun strategi dalam memenangkan pertempuran. Dalam perkembangan saat ini analisis SWOT tidak hanya dipakai untuk menyusun strategi di medan pertempuran melainkan banyak dipakai dalam menyusun perencanaan strategi bisnis. Metode

analisis SWOT dapat digunakan dalam mengidentifikasi 4 masalah dari sisi yang berbeda. Yaitu untuk menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan dari sumber daya yang dimiliki usaha atau perusahaan dan kesempatan / peluang dan tantangan / ancaman yang dihadapi oleh perusahaan.

Analisis SWOT merupakan bentuk analisis situasi atau kondisi yang bersifat deskriptif. Analisis ini menepatkan situasi atau kondisi sebagai faktor masukan sehingga dikelompokkan menurut kontribusi masing-masing. Karena dalam dunia bisnis sangat diperlukan untuk mengamati setiap situasi dan kondisi yang di hadapi perusahaan maka analisis SWOT ini sangat efektif dalam menentukan strategi dalam pengambilan keputusan. Namun sejauh ini strategi yang sudah diterapkan usaha rumah makan Saung Singgah ini kurang efektif, hal ini dikarenakan adanya perubahan faktor-faktor yang ada baik faktor internal maupun faktor eksternal pada usaha rumah makan Saung Singgah. Perubahan faktor tersebut sangat berpengaruh pada perkembangan usaha rumah makan Saung Singgah oleh sebab itu perlu adanya tindakan dalam menangani permasalahan tersebut.

Adapun faktor-faktor internal dan eksternal pada usaha rumah makan Saung Singgah sebagai berikut. Kekuatan yang dimiliki usaha rumah makan Saung Singgah saat ini yaitu menyediakan banyak variasi menu makanan dan minuman yang merupakan menu sebagian besar dari bahan olahan laut atau *seafood*, pelayanan yang ramah dan fasilitas yang cukup, lahan parkir yang luas yang mudah diakses oleh pelanggan. Kelemahan yang terdapat pada usaha rumah makan Saung Singgah saat ini adalah kurangnya promosi terutama dalam pemanfaatan media sosial dan teknologi saat ini, lemahnya SDM tekhusus pada manajemen keuangan, waktu pengelolaan makanan yang cukup lama, dan harga yang terlalu mahal.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang bagaimana menghasilkan strategi dengan memaksimalkan kekuatan (Strength) dan meminimalkan kelemahan (Weaknesses) yang dimiliki dan memanfaatkan peluang (Opportunities) dengan menghadapi ancaman (Threat) pada usaha rumah makan Saung Singgah. Dengan menarik sebuah judul "Analisis SWOT pada Usaha Rumah Makan Saung Singgah" dalam hal ini nantinya pelaku usaha dapat mengetahui faktor-faktor internal dan eksternal usahanya dan strategi usaha yang efektif yang dapat digunakan pada situasi saat ini

2.1 Analisis SWOT

Sedarmayanti (2014:109) mengemukakan bahwa SWOT merupakan singkatan dari Strengths (kekuatan) dan Weakness (kelemahan) internal dari suatu perusahaan serta Opportunities (peluang) dan Threats (ancaman) lingkungan eksternal yang dihadapi. Menurut Yunus (2016:83), Analisis SWOT merupakan kajian sistematis terhadap faktor-faktor kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses) internal perusahaan dengan peluang (opportunities) dan ancaman (threats) lingkungan yang dihadapi perusahaan.

Menurut Rangkuti (2018:19), Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities),

namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weaknesses) dan ancaman (threats). Analisis SWOT terdiri dari empat faktor yaitu Salim dan Siswanto (2019:2) analisis SWOT terdiri dari empat faktor sebagai berikut:

- a. Strength (kekuatan), merupakan kondisi kekuatan yang terdapat dalam organisasi.
- b. Weaknesses (kelemahan), merupakan kondisi kelemahan yang terdapat dalam organisasi.
- c. Opportunities (peluang), merupakan kondisi peluang berkembang dimasa yang akan datang/ yang akan terjadi.
- d. Threat (ancaman), merupakan kondisi yang mengancam dari luar organisasi.

Berdasarkan pengertian para ahli di atas dapat disimpulkan, analisis SWOT adalah bagaimana perusahaan dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang ada dalam perusahaan baik faktor eksternal maupun internal dengan sistematis dan menganalisisnya dengan logika yang dapat menghasilkan model atau strategi yang efektif dalam perusahaan.

2.2 Pemasaran

Menurut American Marketing Association dalam Kotler dan Keller (2020:14), pemasaran (marketing) yaitu proses atau tahapan dalam menciptakan, mengkomunikasikan dan memberikan nilai kepada pelanggan. Hal ini sebagai terjalannya hubungan yang saling menguntungkan antara pelanggan, klien atau konsumen dengan pihak-pihak yang bersangkutan. Menurut Philip dan Kotler (2013:5), pemasaran adalah kegiatan manusia untuk memenuhi kebutuhan (needs) dan keinginan (wants) dengan menciptakan, menawarkan dan menukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain.

2.3 Strategi Pemasaran

Menurut Philip Kotler (2022:10), strategi pemasaran yaitu pola pikir pemasaran yang digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran, baik berupa strategi yang berkaitan dengan target pasar secara detail, penetapan posisi (positioning), bauran pemasaran, dan anggaran pemasaran. Terdapat beberapa fungsi strategi pemasaran, sebagai berikut :

1. Koordinasi pemasaran yang lebih efektif.
2. Merumuskan tujuan perusahaan.
3. Pengawasan kegiatan pemasaran.
4. Meningkatkan motivasi untuk melihat masa depan.

Selain itu, strategi pemasaran dikategorikan menjadi lima konsep, yaitu :

1. Segmentasi pasar Setiap perusahaan perlu melakukan pembagian (klasifikasi) berdasarkan kebutuhan dan selera konsumen yang berbeda.
2. Market positioning Positioning disini memiliki arti bahwa suatu perusahaan harus memiliki pola yang berbeda agar dapat mencapai posisi terkuat dan paling menguntungkan pada pasar.
3. Market entry strategy Strategi yang dilakukan perusahaan bertujuan untuk bisa bersaing dengan segmen pasar lainnya. Cara yang biasa dilakukan perusahaan

meliputi membeli perusahaan lain, menjalin kerjasama dengan perusahaan lain, dan mengembangkan internal perusahaan.

4. Marketing mix strategy, yaitu variabel yang digunakan perusahaan untuk mempengaruhi opini konsumen. Variabel tersebut terdiri dari product, price, place, promotion, participant, process, people, dan physical evidence.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan (Field Research) yaitu penelitian yang data dan informasinya diperoleh dari kegiatan penelitian lapangan. Penelitian ini bersifat deskriptif dengan metode penelitian kualitatif.

Sugiyono (2019:18) berpendapat bahwa metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat post positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara trigulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Jenis data dalam penelitian ini bersifat kualitatif, sumber data dalam penelitian ini yaitu sumber data primer. Sugiyono (2020:104) mengemukakan bahwa Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

Teknik Pengumpulan Data

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan cara langsung turun lapangan untuk mengamati fenomena/gejala yang berkaitan dengan penelitian. Wawancara dalam penelitian ini adalah wawancara tidak terstruktur (unstructure interview). (Sugiyono, 2020:116) "wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah terkhusus secara sistematis dan lengkap untuk mengumpul data.

Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang ditanyakan, Sugiyono (2020:124) dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dokumen bisa berupa tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang, studi kepustakaan dan kuesioner.

Teknik Analisis Data

Analisis SWOT Riyanto, dkk (2021:28) analisis SWOT dapat dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Langkah 1 : Buat daftar kekuatan dan daftar kelemahan.
- b. Langkah 2 : Buat semua daftar peluang di masa depan dan buat daftar ancaman.
- c. Langkah 3 : Buat rencana tindakan dengan meninjau matriks SWOT dan membuat rencana tindakan untuk menangani masing-masing dari empat area dalam matriks SWOT.

Hasil Penelitian

Berdasarkan obsevasi dan wawancara terhadap informan yaitu pemilik usaha, karyawan dan pelanggan usaha rumah makan Saung Singgah, ditemukan beberapa faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang ada pada usaha rumah makan Saung Singgah saat ini, yaitu:

- a. Strengths (Kekuatan)
 - 1. Lokasi yang strategis.
 - 2. Banyak variasi menu, terutama seafood.
 - 3. Pelayanan yang baik dan ramah.
 - 4. Tempat parkir yang luas.
- b. Weakneses (Kelemahan)
 - 1. Kurangnya promosi.
 - 2. Waktu pengelolaan yang lama.
 - 3. Manajemen keuangan.
 - 4. Harga yang cukup mahal.
- c. Opppotunity (Peluang)
 - 1. Banyak lokasi destinasi wisata.
 - 2. Tingginya permintaan menu seafood.
- d. Threats (Ancaman)
 - 1. Fluktuasi harga bahan baku.
 - 2. Competitor.
 - 3. Adanya produk substitusi.

Matriks SWOT

EFAS IFAS	(S) Strength	(W) Weakness
	1. Lokasi yang strategis. 2. Banyak variasi menu, terutama seafood. 3. Pelayanan yang baik dan ramah. 4. Tempat parkir yang luas.	1. Kurangnya promosi. 2. Waktu pengelolaan yang lama. 3. Manajemen keuangan. 4. Harga yang cukup mahal.
(O) Oppoturnity	Strategi SO (Strengths, Opportunity)	Strategi WO (Weaknesess, Opportunity)
1. Banyak lokasi destinasi wisata.	<ul style="list-style-type: none"> • Memanfaatkan lokasi yang strategis. • Menciptakan 	<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan promosi dengan media internet.

2. Tingginya permintaan menu seafood.	variasi menu baru. <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan pelayanan, keamanan, dan kenyamanan pelanggan. 	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluasi manajemen SDM (Sumber Daya Manusia). • Meminimalisir harga.
(T) Threat	Strategi ST (Strengths, Threats)	Strategi WT (Weknesses, Threats)
1. Fluktuasi harga bahan baku. 2. Competitor. 3. Adanya produk substitusi.	<ul style="list-style-type: none"> • Mengoptimalkan kegiatan operasional. • Membangun hubungan Kerja sama terhadap pemasok. • Menjaga kualitas produk. 	<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan inovasi produk. • Memberi diskon/potongan harga. • Menawarkan menu <i>Non-seafood</i>.

Tabel 1. Matriks SWOT Usaha Rumah Makan Saung Singgah

1. Strategi SO (Strengths, Opportunity)

Strategi SO merupakan strategi menggunakan kekuatan dalam menghadapi peluang yang ada. strategi ini bersifat agresif yaitu menyerang. Adapun strategi alternatif yang efektif yang berdasarkan faktor internal dan eksternal yang dimiliki usaha rumah makan Saung Singgah. Adapun strategi SO yang dapat digunakan usaha rumah makan Saung Singgah dalam perkembangannya yaitu :

- a. Memanfaatkan lokasi yang strategis
 Lokasi yang strategis yang dimiliki usaha rumah makan Saung Singgah saat ini dapat dimanfaatkan seoptimal mungkin, dengan cara menciptakan suasana yang lebih nyaman.
- b. Menciptakan variasi menu baru
 Dalam mempertahankan loyalitas pelanggan sebaiknya menciptakan inovasi produk baru, dengan cara ini pelanggan akan lebih tertarik lagi mencoba hal-hal baru. sehingga tidak menimbulkan kebosanan terhadap produk yang kita tawarkan.
- c. Meningkatkan pelayanan, keamanan, dan kenyamanan pelanggan
 Dengan pelayanan yang baik terhadap pelanggan atau konsumen dapat meningkatkan loyalitas terhadap pelanggan. Tingginya loyalitas dari pelanggan sangat berdampak pada peningkatan volume penjualan. Sehingga hal ini harus diperhatikan dan ditingkatkan, baik pelayanan, keamanan dan kenyamanan pelanggan dan konsumen.

2. Strategi ST (Strengths, Threats)

Strategi ST merupakan strategi memanfaatkan kekuatan yang dimiliki dalam menghadapi ancaman. Strategi ini bersifat diversifikasi.

- a. Mengoptimalkan kegiatan operasional
Mengoptimalkan kegiatan operasional merupakan salah satu strategi dalam memanfaatkan kekuatan dalam menghadapi ancaman. Dimana hal ini dapat dilakukan dengan mengawasi dan mengevaluasi kegiatan operasional. Dan juga menerima pendapat para konsumen juga menjadi hal penting untuk dilakukan.
- b. Membangun hubungan Kerja sama terhadap pemasok
Sulitnya mendapatkan bahan baku karna adanya berbagai faktor misalnya faktor iklim. Sehingga bahan yang mestinya dibutuhkan tidak tersedia. Dan hal ini juga berdampak pada fluktuasi harga bahan baku, sehingga solusi yang tepat dalam kasus ini yaitu membangun relasi terhadap pemasok atau nelayan. Sehingga bahan baku yang dibutuhkan dapat mudah kita dapatkan dan juga harga dapat diberi potongan/diskon.
- c. Menjaga kualitas produk
Menjaga kualitas produk juga termasuk strategi efektif dalam menghadapi ancaman yang ada misalnya pesaing atau competitor. Dengan menjaga kualitas produk dapat mempertahankan loyalitas pelanggan terhadap produk yang ditawarkan. Dan sebaiknya juga adanya kreativitas dan inovatif produk yang unik yang menjadi pembeda dengan produk lain dapat menjadi kekuatan dalam menghadapi tantangan yang ada.

3. Strategi WO (Weakness, Opportunity)

Strategi WO merupakan strategi dengan meminimalkan kelemahan dalam memanfaatkan peluang yang ada berdasarkan faktor internal dan eksternal usaha rumah makan Saung Singgah strategi yang efektif yaitu strategi tur-around dengan alternatif sebagai berikut:

- a. Meningkatkan promosi dengan media internet
Promosi merupakan kegiatan dalam meningkatkan volume penjualan dengan cara menawarkan produk melalui iklan dan diskon. Meningkatkan promosi dengan memanfaatkan peluang yang ada dengan menawarkan produk pada media masa seperti Facebook, Instagram, Tiktok. Hal dapat memberikan informasi bagi pengunjung baik dalam dan luar daerah. Dan juga bagi pelanggan yang minat terhadap menu seafood bisa mendapatkan informasi dengan mudah.
- b. Evaluasi manajemen SDM (Sumber Daya Manusia)
Sumber daya manusia sangat berpengaruh terhadap perkembangan dan perjalanan sebuah usaha, meningkatkan kompetensi sumber daya manusia dalam usaha agar mendapatkan kinerja yang memuaskan baik terhadap usaha dan juga pelanggan. Hal ini dapat dilakukan dengan memberikan pelatihan dan arahan kepada karyawan dalam mengelolah makanan dengan cepat. Sehingga pelanggan tidak perlu menunggu lama dalam

mendapatkan produk yang dipesan.

c. Meminimalisir harga

Harga yang cukup tinggi dapat mengakibatkan kurangnya permintaan dari konsumen. Hal ini dapat diatasi dengan cara mengurangi biaya produksi dengan tetap menjaga kualitas dari produk dan juga memberikan harga dengan meminimalkan laba. Mencari bahan baku dengan harga yang terjangkau.

4. Strategi WT (Weakness, Threats)

Strategi WT merupakan strategi meminimalkan kelemahan dalam menghadapi ancaman atau tantangan. Berdasarkan faktor eksternal dan internal usaha rumah makan Saung Singgah saat ini, strategi ini merupakan strategi defensif atau bertahan. Dimana alternatif strategi sebagai berikut:

a. Meningkatkan inovasi produk

Inovasi produk adalah menciptakan produk baru yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga dapat memunculkan minat beli terhadap produk tersebut. Ini dapat menjadi salah satu strategi dalam menghadapi ancaman yaitu adanya produk substitusi atau pengganti. Dengan memanfaatkan sifat konsumen yang selalu mencoba hal yang baru atau produk yang baru maka inovasi produk adalah langkah yang tepat dalam menarik minat dari konsumen atau pelanggan.

b. Memberi diskon/potongan harga

Harga yang cukup mahal merupakan kelemahan ditambah lagi adanya pesaing dengan harga yang murah dapat menjadi ancaman bagi usaha. sehingga hal ini dapat diminimalisir dengan cara memberikan diskon/potongan harga terhadap pelanggan atau konsumen apabila jumlah permintaannya banyak.

c. Menawarkan menu *Non-seafood*

Dikarenakan bahan baku dari menu seafood yang harganya tinggi sehingga berdampak pada harga produk yang ditawarkan maka strategi efektif dalam hal ini adalah dengan menawarkan menu *non-seafood* terhadap pelanggan. Sehingga dapat memberikan pilihan lain bagi pelanggan dalam memilih menu. cara ini dapat mempertahankan pelanggan agar tetap datang.

SIMPULAN

Strategi yang efektif pada posisi ini adalah strategi diversifikasi. Alternatif strategi yang efektif yang dapat digunakan usaha rumah makan Saung Singgah berdasarkan faktor-faktor yang ada yaitu : Strategi ST mengoptimalkan kegiatan operasional, membangun hubungan kerjasama terhadap pemasok, menjaga kualitas produk.

Referensi :

- Duha, A; Harefa, D. (2024). Pemahaman Kemampuan Koneksi Matematika Siswa SMP. CV Jejak (Jejak Publisher)
- Duha, R; Harefa, D. (2024). Kemampuan Pemecahan Masalah matematika. CV Jejak (Jejak Publisher)
- Evi Susilawati; dkk. (2023). Modelmodel pembelajaran di era metaverse. Nuta Media
- Evi Susilawati; dkk. (2023). Project based learning dalam pembelajaran digital. Nuta Media
- Fau, A., Dkk. (2022). Budidaya Bibit Tanaman Rosela (*Hibiscus Sabdariffa*) Dengan Menggunakan Pupuk Organik Gebagro 77. *Tunas: Jurnal Pendidikan Biologi*, 3(2), 10-18.
- Fau, A., Dkk. (2022). Kumpulan Berbagai Karya Ilmiah & Metode Penelitian Terbaik Dosen Di Perguruan Tinggi. CV. Mitra Cendekia Media.
- Fau, Amaano., Dkk. (2022). Teori Belajar dan Pembelajaran. CV. Mitra Cendekia Media. Gaurifa, M., & Darmawan Harefa. (2023). Development Of A Cartesian Coordinate Module To The Influence Of Implementing The Round Club Learning Model On Mathematics Student Learning Outcomes. *Afore : Jurnal Pendidikan Matematika*, 2(2), 45-55.
- Halawa, S., & Darmawan Harefa. (2024). The Influence Of Contextual Teaching And Learning Based Discovery Learning Models On Abilities Students' Mathematical Problem Solving. *Afore : Jurnal Pendidikan Matematika*, 3(1), 11- 25.
- Harefa, D. (2017). Pengaruh Presepsi Siswa Mengenai Kompetensi Pedagogik Guru Dan Minatbelajar Siswa Terhadap Prestasi Belajar Ilmu Pengetahuan Alam (Survey pada SMK Swasta di Wilayah Jakarta Utara). *Horison Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Lingusitik*, 7(2), 49-73.
- Harefa, D. (2018). Efektifitas Metode Fisika Gasing Terhadap Hasil belajar Fisika Ditinjau dari Atensi Siswa (Eksperimen Pada Siswa Kelas VII SMP Gita Kirtti 2 Jakarta). *Faktor Jurnal Ilmiah Kependidikan* 5 (1), 35-48.
- Jelita., Dkk. (2022). Bunga rampai konsep dasar IPA. Nuta Media
- Juliana, Dkk.2022. Dasar-Dasar Pemasaran. Jawa Tengah: Nisya Expanding Management.
- Linda Darniati Zebua (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Di Toko Imelda Ponsel Telukdalam. Vol 5 No 1 (2022): *Jurnal*

Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan Molli Wahyuni; dkk. (2023). Statistik multivariat. Nuta Media

Nurhani Gowasa (2022). Pengaruh Lingkungan Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai Di Sistem Administrasi Manunggal Satu Atap (Samsat) Telukdalamvol 5 No 1 (2022): Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan

Rangkuti, Freddy. 2018. Teknik Membedah Kasus Analisis SWOT, Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan DCAI. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Rita Sari., Dkk. (2022). Metode penelitian SD/MI. Nuta Media Riyanto, Slamet, dkk. 2021. Analisis SWOT Sebagai Penyusun Strategi Organisasi. Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani. Sabariah, Etika. 2016. Manajemen Strategis. Yogyakarta: Pustaka Pelajar