

STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK PADA USAHA SABLON WS FIVEHER SCREEN PRINTING DI TANA TORAJA

Gebi Buli,¹⁾ Mey E.Limbongan,²⁾ Marchelin,³⁾

¹⁾ Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Indonesia Toraja

E-mail: penulis gebibuli01@gmail.com

²⁾ Universitas Kristen Indonesia Toraja

E-mail: meyenggane@ukitoraja.ac.id

³⁾ Universitas Kristen Indonesia Toraja

E-mail: marchelin.p@ukitoraja.ac.id

Abstract

This study aims to design a product development strategy for WS FIVEHER SCREEN PRINTING in Tana Toraja. The research uses a descriptive qualitative method with data collected through interviews with the business owner and customers. The data were analyzed using the SWOT method by identifying strengths, weaknesses, opportunities, and threats. The results show that WS FIVEHER SCREEN PRINTING is positioned in quadrant I of the SWOT Matrix, supporting an aggressive strategy. Recommended development strategies include community-based promotions, product diversification aligned with market trends, improving production efficiency, and optimizing social media to reach a wider market segment.

Keywords: *product development strategy; SWOT analysis; WS FIVEHER screen printing; print quality; local promotion; product diversification; production efficiency.*

1. PENDAHULUAN

Industri kreatif di Indonesia terus mengalami perkembangan pesat, termasuk di sektor usaha sablon. Usaha sablon tidak hanya menawarkan layanan pencetakan pada berbagai media, tetapi juga menjadi bagian penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan produk dengan desain khusus dan unik. Seiring berjalannya waktu, persaingan di sektor ini semakin ketat dengan banyaknya wirausaha baru yang bermunculan. Untuk tetap bertahan dan berkembang, setiap pelaku usaha dituntut memiliki strategi bisnis yang adaptif dan inovatif, terutama dalam aspek pengembangan produk dan pelayanan.

Di tengah dinamika tersebut, kualitas produk dan kepuasan konsumen menjadi kunci dalam memenangkan persaingan. Konsumen cenderung memilih produk yang menawarkan nilai lebih, baik dari segi kualitas, harga, maupun pelayanan. Oleh karena itu, usaha sablon perlu terus berinovasi untuk menciptakan produk yang tidak hanya menarik tetapi juga memiliki nilai jual tinggi. Selain itu, penggunaan teknologi percetakan modern dan kemampuan membaca tren desain juga menjadi faktor penting dalam menjaga daya saing usaha.

WS FIVEHER SCREEN PRINTING merupakan salah satu usaha sablon yang berkembang di Tana Toraja. Usaha ini hadir untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan produk sablon berkualitas. Namun, dengan semakin banyaknya usaha serupa yang menawarkan harga lebih kompetitif dan teknologi yang lebih modern, WS FIVEHER

dihadapkan pada tantangan untuk terus beradaptasi dan berinovasi. Agar mampu bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat, diperlukan strategi pengembangan produk yang tepat untuk memastikan produk yang dihasilkan dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul Strategi Pengembangan Produk Pada Usaha Sablon *WS FIVEHER SCREEN PRINTING* Di Tana Toraja.

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yaitu penelitian dekriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu proses untuk memahami realitas sosial yang kompleks melalui pendekatan interpretatif, dengan memanfaatkan metode seperti wawancara mendalam, observasi, dan analisis dokumen. Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu: Data Primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari hasil wawancara oleh narasumber/informan pada objek atau lokasi peneliti.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Hasil penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan hasil penelitian menunjukkan bahwa *WS FIVEHER SCREEN PRINTING* memiliki kekuatan pada kualitas sablon yang halus dan presisi, serta hubungan yang baik dengan komunitas lokal. Namun, kelemahan yang dihadapi adalah kapasitas produksi yang terbatas dan promosi yang belum optimal. Peluang yang tersedia meliputi tren desain custom yang terus meningkat dan potensi pasar dari komunitas lokal yang kuat. Ancaman yang dihadapi adalah persaingan harga dari usaha serupa dan perubahan selera pasar yang cepat. Berdasarkan analisis SWOT, *WS FIVEHER SCREEN PRINTING* berada pada Kuadran I yang mendukung strategi agresif. Strategi yang direkomendasikan adalah promosi berbasis komunitas, diversifikasi produk, peningkatan efisiensi produksi, dan optimalisasi media sosial untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

3.1.1 Analisis SWOT pada usaha sablon *WS FIREVER SCREEN PRINTING* Di Tana Toraja

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif dan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Metode deskriptif kualitatif bertujuan untuk mengolah dan menginterpretasikan data dalam bentuk narasi, yang diperoleh dari hasil observasi serta wawancara dengan individu atau pelaku yang menjadi objek penelitian. Sementara itu, analisis SWOT diterapkan untuk merumuskan strategi dan mendukung pengambilan keputusan melalui pemetaan faktor internal dan eksternal yang disajikan dalam bentuk matriks SWOT.

Tabel 3.1

Analisis SWOT usaha sablon *WS FIVEHER SCREEN PRINTING*

<i>Stenght (Kekuatan)</i>	<i>Weakness (Kelemahan)</i>
1. Penggunaan Mesin	1. Manajemen waktu produksi belum efisien (gagal memenuhi permintaan mendadak)
2. Kualitas Tinta	2. Ketidaksesuaian harga dengan ekspektasi

	konsumen
3. Hasil Sablon Tahan Lama	3. Promosi Yang Kurang Maksimal
4. Konsumen dapat dibuatkan desain sesuai permintaan (layanan desain custom)	4. Alat produksi terbatas saat permintaan tinggi
Opportunity (Peluang)	Threats (Ancaman)
1. Potensi kerja sama dengan akun media lokal seperti Forum Toraja	1. Persaingan Dengan usaha sablon Lain
2. Peluang diversifikasi produk (tote bag, hoodie anak, merchandise komunitas)	2. Tidak bisa memenuhi tenggat waktu pelanggan
3. Pemanfaatan media sosial dan konten kreatif untuk promosi	
4. Mengikuti Tren desain custom dan personalisasi produk	

Data diolah : 2025

3.1.2 Matrikx IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

Analisis pada usaha sablon *WS FIREVER SCREEN PRINTING* Di Tana Toraja dilakukan dengan memberikan bobot dan rating pada faktor kekuatan dan kelemahan. Penilaian dilakukan dengan menetapkan bobot dan rating pada setiap faktor, di mana bobot mencerminkan tingkat kepentingan (skala 0,0 – 1,0) dan rating menunjukkan tingkat pengaruh faktor tersebut (skala 1 – 4). Skor diperoleh dari hasil perkalian antara bobot dan rating, kemudian dijumlahkan untuk menentukan total skor keseluruhan. Total skor tersebut menunjukkan posisi internal organisasi, di mana nilai di atas 2,5 mengindikasikan posisi internal yang kuat, sedangkan nilai di bawah 2,5 menunjukkan posisi internal yang lemah.

Tabel 3.2

Matrix Internal Faktor Analysis Summary (IFAS)
Usaha Sablon *WS FIREVER SCREEN PRINTING*

Faktor Strategi	Bobot	Rating	Skor
<i>Strength (Kekuatan)</i>			
Penggunaan Mesin	0,18	4	0,72
Kualitas Tinta	0,15	4	0,60
Hasil Sablon Tahan Lama	0,125	3	0,375
Konsumen dapat dibuatkan desain sesuai permintaan (layanan desain custom)	0,15	3	0,45
Sub Total	0,605		2,145
<i>Weakness (Kelemahan)</i>			
Manajemen waktu produksi belum efisien (gagal memenuhi permintaan mendadak)	0,12	2	0,24

Ketidaksesuaian harga dengan ekspektasi konsumen	0,125	2	0,25
Promosi Yang Kurang Maksimal	0,075	1	0,075
Alat produksi terbatas saat permintaan tinggi	0,075	2	0,15
Sub Total	0,395		0,715
Total	1		2,86

Data diolah : 2025

Pada tabel di atas menunjukkan faktor kekuatan dan kelemahan memiliki total skor diatas adalah **2,86**. Dengan total skor diatas 2,5 maka faktor internal berada pada posisi yang kuat. Skor total IFAS yang melebihi angka 2,5 menandakan bahwa usaha ini memiliki kekuatan internal yang dominan dibandingkan kelemahannya. Oleh karena itu, strategi pengembangan yang dapat diambil adalah strategi agresif (*Growth Oriented Strategy*), yaitu memaksimalkan kekuatan internal yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang eksternal secara optimal, sembari secara bertahap mengatasi kelemahan-kelemahan yang ada.

3.1.6 Matriks EFAS (*External Factors Analysis Summary*)

Analisis pada usaha sablon *WS FIREVER SCREEN PRINTING* Di Tana Toraja dilakukan dengan memberikan bobot dan rating pada faktor dengan menilai peluang dan ancaman. Setiap faktor diberi bobot berdasarkan tingkat kepentingannya (skala 0,0 – 1,0) dan rating sesuai dengan tingkat pengaruhnya (skala 1 – 4). Skor diperoleh dari hasil perkalian bobot dan rating, lalu dijumlahkan untuk memperoleh total skor keseluruhan. Total skor tersebut menjadi indikator posisi eksternal organisasi, di mana nilai di atas 2,5 menunjukkan posisi eksternal yang kuat, sedangkan nilai di bawah 2,5 menunjukkan posisi eksternal yang lemah.

Tabel 4.3
Matrix Eksternal Faktor Analysis Summary (EFAS)
Usaha Sablon WS FIREVER SCREEN PRINTING

Faktor Strategi	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
Potensi kerja sama dengan akun media lokal seperti Forum Toraja	0,1	4	0,4
Peluang diversifikasi produk (tote bag, hoodie anak, merchandise komunitas)	0,19	3	0,76
Pemanfaatan media sosial dan konten kreatif untuk promosi	0,15	4	0,45
Mengikuti Tren desain custom dan personalisasi produk	0,2	3	0,8
Sub Total	0,64		2,41
Ancaman			
Persaingan Dengan usaha sablon Lain	0,20	1	0,2
Tidak bisa memenuhi tenggat waktu pelanggan	0,16	2	0,32
Sub Total	0,36		0,52
Total	1		2,93

Data diolah: 2025

Tabel diatas menunjukkan faktor peluang dan ancaman memiliki total skor diatas adalah **2,93**. Dengan total skor diatas 2,5 maka faktor eskternal berada pada posisi yang kuat. Dalam analisis EFAS, skor total yang berada di atas angka 2,5 peluang eksternal yang tersedia lebih dominan dan dapat dimanfaatkan secara optimal dibandingkan dengan ancaman yang dihadapi. Kondisi ini mencerminkan bahwa lingkungan eksternal memberikan peluang yang besar bagi usaha untuk berkembang dan meningkatkan daya saingnya.

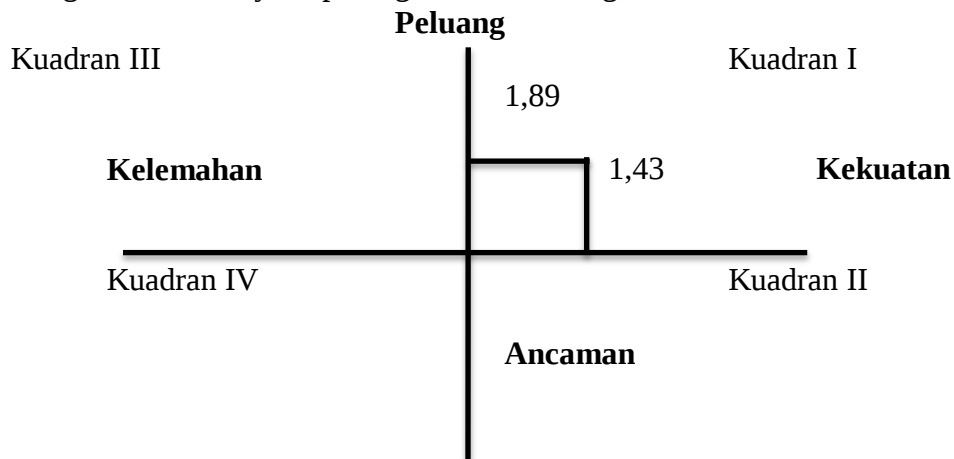
3.1.7 Kuadran SWOT

Analisis SWOT terbagi menjadi empat kuadran yang memiliki strategi yang berbeda untuk setiap kuadrannya, untuk mengetahui posisi kuadran pada usaha sablon *WS FIREVER SCREEN PRINTING* maka akan ditentukan sumbu X dan Y yang digunakan untuk menyusun diagram kuadran SWOT, cara menentukan sumbu X dan Y adalah, nilai X dicari dengan melakukan pengurangan antar Jumlah total faktor S dengan total factor W dan nialai Y dicari dengan cara mengurangkan nilai total faktor O dengan nilai total faktor T, hasil dari perhitungan dapat dilihat sebagai berikut:

1. Sumbu X (internal) = $2,145 - 0,715 = 1,43$
2. Sumbu Y (eksternal) = $2,41 - 0,52 = 1,89$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diperoleh nilai X sebesar 1,43 dan nilai Y sebesar 1,89. Karena kedua nilai tersebut bernilai positif, maka hal ini menunjukkan bahwa usaha sablon *WS FIREVER SCREEN PRINTING* berada pada **Kuadran I** dalam analisis SWOT, yaitu posisi **strategi agresif**. Posisi ini menggambarkan bahwa objek tersebut memiliki kekuatan dan peluang yang besar, sehingga strategi pengembangannya dapat dilakukan secara maksimal.

Adapun diagram SWOT-nya dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.1 Diagram Kuadran SWOT Sablon *WS FIREVER SCREEN PRINTING*

3.2 Pembahasan

Usaha sablon *WS FIVEHER SCREEN PRINTING* di Tana Toraja merupakan salah satu bentuk usaha mikro di bidang industri kreatif yang menghadapi tantangan persaingan ketat. Untuk bertahan dan berkembang, diperlukan strategi pengembangan produk yang tidak hanya mengandalkan kualitas hasil sablon, tetapi juga memanfaatkan peluang eksternal

dan meminimalisir kelemahan internal. Melalui pendekatan analisis SWOT, penelitian ini berhasil merumuskan strategi yang relevan dengan kondisi aktual usaha.

Hasil analisis matriks SWOT yang telah dilakukan menunjukkan bahwa *WS FIVEHER SCREEN PRINTING* berada pada posisi kuadran I, di mana faktor kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*) lebih dominan dibandingkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Posisi ini menunjukkan bahwa strategi yang tepat diterapkan adalah strategi agresif (*growth-oriented strategy*). Rangkuti (2017) menyatakan bahwa strategi agresif diterapkan oleh perusahaan yang memiliki kekuatan internal yang besar serta didukung oleh peluang eksternal yang signifikan, sehingga perusahaan tersebut didorong untuk melakukan ekspansi usaha dengan memaksimalkan potensi internalnya. *WS FIVEHER SCREEN PRINTING* dapat memanfaatkan keunggulan kualitas sablon yang tahan lama dan layanan custom design untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing.

Kekuatan utama yang dimiliki oleh *WS FIVEHER SCREEN PRINTING* adalah penggunaan tinta sablon berkualitas (*Plastisol, Lascar, Discharge, Rubber*) dan hasil sablon yang tahan lama. Hal ini sesuai dengan penelitian Kurniawan (2022), yang menegaskan bahwa kualitas produk sablon menjadi faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, terutama di usaha sablon manual yang bersaing dengan sablon digital. Oleh karena itu, kekuatan ini harus dimaksimalkan untuk menarik minat konsumen yang mengutamakan kualitas dan keawetan hasil sablon.

Selain kualitas produk, layanan desain custom yang fleksibel juga menjadi keunggulan kompetitif bagi *WS FIVEHER SCREEN PRINTING*. Kemampuan untuk menyesuaikan desain sesuai permintaan pelanggan memberikan nilai tambah yang signifikan dalam menghadapi persaingan. Prasetyo (2021) menyatakan bahwa personalisasi produk merupakan strategi yang efektif dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di industri kreatif, karena konsumen saat ini lebih menyukai produk yang unik dan sesuai dengan karakter mereka. Dengan memanfaatkan kekuatan ini, *WS FIVEHER SCREEN PRINTING* dapat memperluas segmentasi pasar, khususnya di kalangan generasi muda yang menyukai produk custom.

Namun demikian, usaha ini juga dihadapkan pada beberapa kelemahan internal, salah satunya adalah manajemen waktu produksi yang belum efisien. Ketidakefisienan ini sering kali menyebabkan usaha kesulitan memenuhi permintaan mendadak dari pelanggan. Hal ini senada dengan temuan Putra (2020), yang menyatakan bahwa salah satu kendala utama pada usaha sablon skala kecil adalah keterbatasan manajemen produksi yang belum terstruktur dengan baik, sehingga berdampak pada kecepatan pelayanan kepada pelanggan. Oleh karena itu, *WS FIVEHER SCREEN PRINTING* perlu melakukan evaluasi dan perbaikan sistem produksi agar dapat meningkatkan efisiensi waktu.

Kelemahan lain yang diidentifikasi adalah promosi yang kurang maksimal, di mana usaha ini masih mengandalkan media promosi konvensional seperti spanduk dan selebaran. Dalam era digital saat ini, promosi melalui media sosial menjadi sangat penting untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Penelitian Sari & Widodo (2021) menunjukkan bahwa UMKM yang aktif memanfaatkan media sosial sebagai media promosi dapat meningkatkan awareness produk secara signifikan dibandingkan dengan yang hanya mengandalkan promosi offline. Oleh karena itu, *WS FIVEHER SCREEN PRINTING* perlu meningkatkan intensitas promosi digital dengan memanfaatkan konten kreatif dan kolaborasi dengan akun media lokal seperti Forum Toraja.

Di sisi eksternal, *WS FIVEHER SCREEN PRINTING* memiliki peluang besar untuk melakukan diversifikasi produk, seperti pengembangan tote bag, hoodie anak-anak, dan merchandise komunitas. Diversifikasi ini didukung oleh tren pasar yang semakin mengarah pada produk custom dan personalisasi. Penelitian oleh Amanda & Wijaya (2023) menyebutkan bahwa diversifikasi produk berbasis custom design mampu meningkatkan daya saing usaha sablon di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif. Dengan memanfaatkan kekuatan dalam kualitas sablon dan layanan desain custom, *WS FIVEHER SCREEN PRINTING* memiliki potensi besar untuk memanfaatkan peluang ini.

Namun, usaha ini juga menghadapi ancaman dari persaingan harga murah yang ditawarkan oleh usaha sablon lain, khususnya yang menggunakan metode sablon DTF (*Direct to Film*) yang lebih cepat dan murah. Untuk menghadapi ancaman ini, *WS FIVEHER SCREEN PRINTING* perlu menerapkan strategi diferensiasi (*differentiation strategy*) sebagaimana yang dikemukakan oleh Porter (1985), yaitu dengan menonjolkan keunggulan kualitas sablon manual dan pelayanan purna jual, seperti garansi penggantian produk cacat, sebagai nilai tambah yang tidak ditawarkan oleh pesaing. Strategi ini diharapkan mampu menjaga loyalitas pelanggan dan mengurangi risiko kehilangan pasar.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini mendukung konsep SWOT yang dijelaskan oleh Kotler & Keller (2016), bahwa kekuatan dan peluang yang dimiliki perusahaan harus dimaksimalkan untuk mengatasi kelemahan dan menghadapi ancaman. *WS FIVEHER SCREEN PRINTING* memiliki modal internal yang kuat untuk dikembangkan, asalkan mampu memperbaiki kelemahan internal seperti manajemen produksi dan strategi promosi. Dengan demikian, strategi pengembangan berbasis agresif menjadi langkah yang tepat bagi usaha ini agar mampu bertahan dan berkembang di tengah persaingan pasar yang semakin dinamis.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi pengembangan produk pada *WS FIVEHER SCREEN PRINTING* di Tana Toraja, dapat disimpulkan bahwa usaha ini berada pada kuadran I dalam analisis SWOT, yaitu strategi agresif. Posisi ini menunjukkan bahwa *WS FIVEHER* memiliki kekuatan internal yang kuat serta peluang eksternal yang besar untuk berkembang.

Strategi yang paling tepat dan dominan untuk diterapkan adalah strategi SO (*Strength–Opportunity*), yang menggabungkan kekuatan inti perusahaan yaitu kualitas sablon yang unggul, penggunaan tinta premium, dan layanan desain custom dengan peluang eksternal berupa tren produk personalisasi, kolaborasi media lokal, dan peningkatan penggunaan media sosial. Adapun strategi SO yang dihasilkan dalam penelitian ini adalah:

1. Memanfaatkan keunggulan sablon manual berkualitas untuk diversifikasi produk seperti tote bag & merchandise komunitas .
2. Menjalinkan kerja sama dengan akun Forum Toraja untuk mempromosikan hasil sablon berkualitas.
3. Membuat konten kreatif di media sosial tentang proses sablon dan desain custom untuk memperluas pasar .

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, B. (N.D.). *Peranan Manajemen Strategi Dan Manajemen Operasional Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan*. 3(2).
- Agustini, F., Amanah, D., & Harahap, D. A. (2021). Strategi Pengembangan Produk Kerupuk Opak Minang Yolanda. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 4(3), 293–300. <https://doi.org/10.33330/Jurdimas.V4i3.1197>
- Alberto, K. (2021). Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keberhasilan Usaha. *Performa*, 4(4), 634–644. <https://doi.org/10.37715/Jp.V4i4.1677>
- Amang A., Mulyadi, & Utama, A. P. (2023). *Strategi Pengembangan Bisnis*. Sulur Pustaka.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jwm (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17. <https://doi.org/10.20527/Jwm.V7i1.173>
- Hermansyah, H., & Dahmiri, D. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Berwirausaha Industri Percetakan (Studi Kasus Wirausaha Industri Percetakan Di Kota Jambi). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 8(3), 38–44. <https://doi.org/10.22437/Jmk.V8i3.8596>
- Husniar, F., Sari, T. R., Safira, A. M., & Kamila, E. R. (2023). Strategi Pengembangan Produk Baru Sebagai Upaya Dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 3(2), 22–34. <https://doi.org/10.55606/Jurima.V3i2.2156>
- Kurniawan, D. A., & Abidin, M. Z. (2020). Strategi Pengembangan Wisata Kampoeng Durian Desa Ngrogung Kecamatan Ngebel Ponorogo Melalui Analisis Matrik Ifas Dan Efas. *Al Tijarah*, 5(2), 93. <https://doi.org/10.21111/Tijarah.V5i2.3706>
- Moh Ravid Ferdiansyah & M. Taufiq Abadi. (2023). Faktor Keberhasilan Usaha Batik Pekalongan (Studi Kasus Usaha Bisnis Batik Kafina Di Pekalongan). *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 2(3), 64–74. <https://doi.org/10.30640/Digital.V2i3.1287>
- Muniarty, P., Marthiana, W., Sudirjo, F., Fauzan, R., Wirakusuma, K. W., Octaviani, D. W., Della, R. H., Kurnia, A. Y., Lawi, A., & Kuswandi, S. (N.D.). *Perancangan Dan Pengembangan Produk*.
- Nailuvar, S., Ani, H. M., & Sukidin, S. (2020). Strategi Pengembangan Produk Pada Handicraft Citra Mandiri Di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 14(1), 185. <https://doi.org/10.19184/Jpe.V14i1.11872>
- Nasution, A. F. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Cv Harfa Creative.

- Nurcahyani, L. (2018). Strategi Pengembangan Produk Kain Tenun Ikat Sintang. *Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 3(1), 56–72. <https://doi.org/10.24832/jpnk.V3i1.530>
- Primadona, Y., & Rafiqi, Y. (2019). Analisis Swot Pada Strategi Persaingan Usaha Minimarket Madina Purbaratu Kota Tasikmalaya. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1). <https://doi.org/10.37058/Jes.V4i1.802>
- Siregar, M. D. (N.D.). *Fakultas Sains Dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru*.
- Suprpto, H. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Antar Jasa Penginapan Di Kota Lamongan (Studi Pada Hotel Mahkota Lamongan). *Jurnal Manajemen*, 4(3), 1049. <https://doi.org/10.30736/jpim.V4i3.271>
- Waruwu, M. (2024). Metode Penelitian Dan Pengembangan (R&D): Konsep, Jenis, Tahapan Dan Kelebihan. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(2), 1220–1230. <https://doi.org/10.29303/jipp.V9i2.2141>
- Wibbowo, L. A. (2022). *Analisis Ifas Dan Efas Menggunakan Metode Swot Pada Perguruan Tinggi Swasta*. 1(2).
- Wijaya, T., & Maghfiroh, A. (2018). Strategi Pengembangan Produk Untuk Meningkatkan Daya Saing Produksi (Studi Pada Tape “Wangi Prima Rasa” Di Binakal Bondowoso). *Profit : Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 2(1), 86–97. <https://doi.org/10.33650/profit.V2i1.563>
- Zulkarnain, D. R., & Munir, A. (2023). *Analisis Ifas Dan Efas Pengembangan Kawasan Wisata Kuliner Di Sekitar Pantai Losari*. 9.