
ANALISIS STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING PADA UMKM FASHION HIJAB MODISTE.ID CIKARANG (MENGUNAKAN PENDEKATAN ANALISIS SWOT)

Oleh

R.R Wening Ken Widodasih¹, Kurbandi Satpatmantya²

¹²Prodi Manajemen, Universitas Pelita Bangsa

E-mail: ¹wening.ken@pelitabangsa.ac.id, ²kurbandi.s@pelitabangsa.ac.id

Article History:

Received: 17-05-2022

Revised: 02-06-2022

Accepted: 20-06-2022

Keywords:

Analisis SWOT, Keunggulan Bersaing, Strategi, UMKM

Abstract: Penelitian ini dilakukan di UMKM fashion Modiste.id, yang memproduksi dan memasarkan produk hijab fashion. Hijab merupakan produk yang banyak dipergunakan oleh wanita muslimah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan melakukan analisis strategi keunggulan bersaing pada UMKM fashion Modiste.id Cikarang dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan mengidentifikasi faktor internal, faktor eksternal, matriks evaluasi faktor internal (internal factor evaluation) IFE, matriks evaluasi faktor eksternal (external factor evaluation) EFE, diagram cartesius, dan matriks swot. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM Modiste.id Cikarang dalam menerapkan strategi keunggulan bersaing dengan memberikan harga yang terjangkau tetapi memiliki kualitas, produk memiliki segi keunikan sehingga konsumen memiliki sudut pandang yang menarik terhadap Modiste.id Cikarang. Pada matriks internal factor evaluation mendapatkan perolehan nilai 3,51 dan matriks eksternal factor evaluation sebesar 3,56 hal ini dapat diindikasikan bahwa Modiste.id Cikarang dalam menjalankan strategi keunggulan bersaing memiliki kekuatan dan mampu melihat peluang yang ada dan meminimalisir ancaman yang ada pada dunia pasar..

PENDAHULUAN

Memiliki dan mempertahankan *competitive advantage* atau keunggulan bersaing sangat dibutuhkan untuk kesuksesan organisasi jangka panjang. Biasanya, karena peniruan dan melemahnya pesaing, perusahaan hanya dapat mempertahankan keunggulan kompetitifnya untuk jangka waktu tertentu. (David, 2006). Strategi bersaing itu sendiri merupakan kombinasi dari tujuan akhir (objektif) yang dikejar oleh perusahaan dan kebijakan yang berusaha dicapai oleh perusahaan untuk mencapai tujuannya (Porter, 1980). Salah satu cara untuk merumuskan strategi bersaing adalah dengan merumuskan rumus umum tentang bagaimana perusahaan bersaing, apa tujuan yang seharusnya, dan kebijakan apa yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Idris Yanto Niode pada tahun 2012 yang berjudul "Analisis Strategi Keunggulan Kompetitif Usaha Kecil Menengah Gorontalo" (Riset Industri

Meubeul Gorontalo) membuktikan bahwa untuk menentukan keunggulan bersaing masing-masing UMKM, Kota Gorontalo dapat menggunakan analisis SWOT dan akan menggambarkan analisis kondisi lingkungan internal dan eksternal.

Permasalahan dalam menciptakan keunggulan bersaing usaha mikro menarik untuk diterapkan pada usaha *fashion* yang sedang *tranding* saat ini. Terutama di kawasan Industri Cikarang, banyak para perantau yang datang ke Cikarang untuk bekerja, sehingga daya tarik terkait *fashion* pada kaum perempuan sangat tinggi. Namun, sejalan dengan meningkatnya pertumbuhan dan perkembangan gaya *fashion* karena arus dari zaman ke zaman dan semakin hits di Kabupaten Bekasi, khususnya di Cikarang mengakibatkan persaingan bisnis semakin meningkat pada usaha yang sama juga untuk memproduksi produk atau barang yang berkualitas. Sehingga untuk dapat berkompetisi, usaha mikro khususnya usaha *fashion* yang ada di Cikarang memerlukan strategi bersaing sehingga dapat menciptakan keunggulan bersaing perusahaan.

Persaingan ketat didunia bisnis membuat para pelaku usaha melakukan strategi keunggulan bersaing untuk mempertahankan serta mampu dalam bersaing di dalam dunia pasar. Berdasarkan penelitian diatas penulis mengangkat judul "Analisis Strategi Keunggulan Bersaing pada UMKM *Fashion* Modiste.id Cikarang (Menggunakan Pendekatan Analisis SWOT)". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui analisis keunggulan bersaing pada UMKM *Fashion* Modiste.id Cikarang, hal ini akan bermanfaat untuk mahasiswa, penulis, pelaku UMKM, dan pemerintah.

LANDASAN TEORI

Teori Strategi

Strategi mempunyai dua konsekuensi, yaitu multifungsi dan multidimensi maka dengan itu sangat perlu untuk mempertimbangan faktor-faktor eksternal maupun internal yang akan dihadapi oleh suatu perusahaan. (David, 2006). Menurut Hame dan Prahalal, strategi memiliki pengertian yang bermacam-macam, maka strategi merupakan suatu tindakan yang senantiasa meningkat (*incremental*) dan terus menerus, dan mampu dilakukannya dengan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diinginkan ataupun diharapkan oleh masyarakat ataupun konsumen.

Porter, yang ditulis oleh Husein Umar, berkata: "Strategi adalah alat yang sangat penting untuk mendapatkan keunggulan kompetitif." Hunger dan Wheelen juga mengatakan ini: "Strategi adalah rencana komprehensif tentang bagaimana sebuah perusahaan akan mencapai misi dan tujuannya. Strategi ini akan memaksimalkan keunggulan kompetitif dan meminimalkan kendala kompetitif." Menurut Steiner dan Miner (1997) Strategi dapat dibagi menjadi dua perspektif: Perspektif pertama dari strategi adalah rencana luas untuk mendefinisikan dan mencapai tujuan organisasi dan menjalankan misinya (Steiner George A, 1997). Sudut pandang kedua adalah bahwa strategi adalah cara organisasi merespon lingkungan dari waktu ke waktu. Strategi juga dapat diartikan sebagai rencana manajemen tingkat tinggi untuk mencapai hasil yang sesuai dengan misi dan tujuan organisasi (Parnell, 2014).

Teori Analisis SWOT

SWOT merupakan prosedur sistematis yang dapat menentukan determinan keberhasilan suatu perusahaan, yaitu kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman eksternal. Sementara itu, menurut Wanti et al. (2014), analisis SWOT merupakan alat perencanaan strategis penting yang dapat membantu perencanaan untuk membandingkan kekuatan dan kelemahan internal perusahaan dengan peluang dan ancaman eksternal

Freddy Rangkuti (1997) menyatakan bahwa, SWOT merupakan indikator berbagai faktor

dalam merumuskan strategi pelayanan secara sistematis. Analisis didasarkan pada logika memaksimalkan peluang sambil meminimalkan cacat dan ancaman.

Pemaparan empat komponen SWOT secara terperinci adalah sebagai berikut:

- a. *Strength* (S) merupakan karakteristik dari suatu organisasi atau bisnis yang merupakan suatu keunggulan.
- b. *Weakness* (W) merupakan karakteristik dari suatu organisasi atau bisnis yang merupakan kelemahan.
- c. *Opportunity* (O) kesempatan yang datang dari luar organisasi atau bisnis
- d. *Threat* (T) elemen yang datang dari luar yang dapat menjadi ancaman bagi organisasi atau bisnis

Tujuan dari setiap analisis SWOT adalah untuk mengidentifikasi faktor kunci yang datang dari lingkungan internal dan eksternal :

a. Analisis Lingkungan Internal

Wheelen dan Hunger (2004) mengemukakan bahwa lingkungan termasuk faktor-faktor di luar perusahaan yang dapat menciptakan peluang atau ancaman bagi perusahaan. Analisis lingkungan memberikan peluang bagi perencana strategis untuk mengantisipasi peluang dan mengembangkan rencana untuk membuat pilihan tentang peluang tersebut. Konsep lingkungan internal adalah mencocokkan kekuatan dan kelemahan internal perusahaan dengan peluang dan ancaman di lingkungan (Wheelen dan Hunger, 2004).

b. Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan eksternal diperlukan untuk merumuskan strategi perusahaan. Identifikasi peluang dan ancaman dilakukan melalui analisis lingkungan eksternal. Wheelen dan Hunger (2004) mengemukakan bahwa lingkungan eksternal suatu perusahaan terdiri dari dua set faktor yang saling terkait, yang berperan penting dalam menentukan peluang, tantangan dan hambatan yang dihadapi perusahaan. Pertama, lingkungan sosial yang terdiri dari variabel-variabel eksternal, biasanya tanpa memperhatikan kondisi operasional perusahaan, yaitu faktor ekonomi, sosial, budaya, politik dan teknologi. Kedua, merupakan variabel yang secara lebih langsung dapat mempengaruhi prospek yang berasal dari lingkungan industri itu sendiri, termasuk pemerintah, masyarakat, pemasok, pesaing, konsumen, dan kelompok yang berkepentingan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Modiste.id Cikarang

Modiste.id merupakan usaha yang bergulit dibidang *fashion*. Merintisnya Modiste.id yang bermula hanya usaha rumahan, dan gudang untuk produknya pun dirumah. Produktifitas seorang ibu yang saat itu menjadi karyawan di salah satu Perusahaan di Cikarang, dengan pemikiran yang maju dan inovasi membuat *owner* Modiste.id memfokuskan dirinya untuk menjadi wirausaha. Modiste.id bermula bisnis melalui *online* membuat usaha tersebut berkembang dengan pesat. Banyaknya permintaan dari konsumen terhadap hasil produk Modiste.id dan pelaku usaha atau *owner* menganalisis terkait perkembangan saat ini, melihat bahwasanya Cikarang merupakan kota industri terbesar di Asia Tenggara, dan pekerja di Cikarang mayoritas adalah perempuan, sehingga Modiste.id menciptakan suatu produk-produk baru. Seperti saat itu hanya produk hijab untuk para kaum perempuan, saat ini Modiste.id mampu memberikan inovasi terhadap usahanya dengan bergulit dibidang *fashion* muslim untuk para kaum muda. Produk Modiste.id bukan hanya berjualan produk kerudung saja tetapi berbagai macam atasan, bawahan, gamis-gamis, tas dan

berbagai aksesoris, produk tersebut mengikuti perkembangan zaman sehingga produk yang ditawarkan oleh Modiste.id Cikarang ialah produk yang sedang *hits* dan *trend*. Saat ini dengan ketekunan seorang *owner* mampu menciptakan toko *offline*, dan mempunyai gudang untuk produk pribadi. Kreativitas dan inovasi yang dimiliki *owner* Modiste.id mampu menciptakan beberapa produk yang sangat unik dan menarik, seperti *Bohemian Style*, dan baju impor. Bukan hanya itu saja *owner* Modiste.id Cikarang mempekerjakan ibu-ibu sekitar rumahnya untuk membuat produk Modiste.id yang akan dipasarkan. Dengan melihat perkembangan zaman, permintaan konsumen, dan melakukan strategi bersaing sehingga Modiste.id Cikarang mampu bertahan dan bersaing ditengah kompetitif pasar.

Penelitian skripsi ini, peneliti mengolah dengan menggunakan metode analisis dekriptif kualitatif, analisis internal dan analisis eksternal, dan analisis *strengths, weaknesses, opportunities, threats* (SWOT). Analisis deskriptif kualitatif, yakni suatu prosedur penelitian yang menggunakan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan pelaku yang dapat diamati. Sedangkan analisis internal dan analisis eksternal, analisis internal dilakukan untuk mendapatkan faktor kekuatan yang akan digunakan dan faktor kelemahan yang akan diantisipasi, sedangkan analisis eksternal dilakukan untuk mengembangkan faktor peluang yang kiranya dapat dimanfaatkan dan faktor ancaman yang perlu dihindari, dan *analisis strengths, weakness, opportunity, threats* (SWOT) merupakan tahap dilakukannya analisis dan penentuan keputusan menggunakan pendekatan matriks SWOT. Berdasarkan analisis matriks SWOT dirumuskan dengan menganalisis strategi keunggulan bersaing yang diterapkan oleh UMKM *fashion* Modiste.id Cikarang dalam memerangi pasar saat ini khususnya di daerah Kabupaten Bekasi.

Analisis Faktor Internal dan Eksternal

Faktor Internal

1. Kekuatan (*Strength*)

- a) Harga produk yang terjangkau dikalangan konsumen
- b) Mempunyai produk-produk *fashion* impor
- c) Minimal belanja 3 produk akan mendapatkan *voucher* belanja
- d) Seringnya mengadakan promo
- e) Model-model *fashion* yang mengikuti perkembangan zaman / trend
- f) *Update stock* baju dalam 3 hari 1 kali
- g) Mengutamakan kualitas bahan
- h) Tersedianya produk melalui *online*
- i) Lokasi yang strategis
- j) Memiliki produk kerajinan bohemian
- k) Pemasaran melalui sosial media, seperti Instagram Adds, endorse, dsb

2. Kelemahan (*Weakness*)

- a) Bangunan lokasi (semi permanen)
- b) Kurangnya tenaga kerja
- c) Kurangnya ketersediaan bahan baku

Faktor Eksternal

1. Peluang (*Opportunity*)

- a) Peluang pangsa pasar
- b) Kemajuan teknologi
- c) Kebutuhan masyarakat khususnya perempuan yang semakin berkembang

- d) Loyalitas pelanggan kepada Modiste.id
 - e) Mengikuti banyaknya permintaan konsumen
2. Ancaman (*Threats*)
- a) Banyaknya pesaing dengan penjualan produk yang sama
 - b) Promosi dari toko lain lebih maksimal
 - c) Permainan harga dari pesaing

Tabel 2

Analisis SWOT Modiste.id Cikarang

Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
a) Harga produk yang terjangkau dikalangan konsumen b) Mempunyai produk-produk <i>fashion</i> impor c) Minimal belanja 3 produk akan mendapatkan voucher belanja d) Seringnya mengadakan promo e) Model-model <i>fashion</i> yang mengikuti perkembangan zaman / trend f) <i>Update stock</i> baju dalam 3 hari 1 kali g) Mengutamakan kualitas bahan h) Tersedianya produk melalui <i>online</i> i) Lokasi yang strategis j) Memiliki produk kerajinan bohemian k) Pemasaran melalui sosial media seperti <i>Instagram Adds, endorse, dsb</i>	a) Bangunan lokasi (semi permanen) b) Kurangnya tenaga kerja c) Kurangnya ketersediaan bahan baku
Peluang (<i>Opportunity</i>)	Ancaman (<i>Threats</i>)
a) Peluang pangsa pasar b) Kemajuan teknologi c) Kebutuhan masyarakat khususnya perempuan yang semakin berkembang d) Loyalitas pelanggan kepada Modiste.id e) Mengikuti banyaknya permintaan konsumen	a) Banyaknya pesaing dengan penjualan produk yang sama b) Promosi dari toko lain lebih maksimal c) Permainan harga dari pesaing

Analisis Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Matriks *Internal Factor Evaluation* atau IFE memungkinkan para penyusun strategi untuk merangkum dan mengevaluasi kekuatan serta kelemahan utama perusahaan dengan cara menganalisa faktor-faktor audit internal.

Tabel 3

Tabel Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

No.	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (Strength)				
1	Harga produk yang terjangkau dikalangan konsumen	0,08	4	0,3
2	Mempunyai produk-produk <i>fashion</i> impor	0,08	4	0,3
3	Minimal belanja 3 produk akan mendapatkan voucher belanja	0,08	4	0,3
4	Seringnya mengadakan promo	0,08	4	0,3
5	Model-model <i>fashion</i> yang mengikuti perkembangan zaman / trend	0,08	4	0,3
6	Update stock baju dalam 3 hari 1 kali	0,08	4	0,3
7	Mengutamakan kualitas bahan	0,08	4	0,3
8	Tersedianya produk melalui online	0,08	4	0,3
9	Lokasi yang strategis	0,08	4	0,3
10	Memiliki produk kerajinan bohemian	0,08	4	0,3
11	Pemasaran melalui sosial media seperti Instagram Adds, endorse, dsb	0,08	4	0,3
Subtotal		0,88	44	3,33
Kelemahan (Weakness)				
1	Bangunan lokasi (semi permanen)	0,04	2	0,08
2	Kurangnya tenaga kerja	0,04	2	0,08
3	Kurangnya ketersediaan bahan baku	0,02	1	0,02
Subtotal		0,10	5	0,18
Total		1	49	3,51

Sumber: Hasil Olah Data, 2021

Hasil Tabel 3 yaitu Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dapat dilihat nilai total dari Usaha *Fashion Modiste.id* Cikarang adalah 3,51 nilai ini menunjukkan bahwa dalam usahanya menjalankan strategi keunggulan bersaing mengindikasikan usaha *Modiste.id* Cikarang berada pada posisi diatas rata-rata atau usaha tersebut mempunyai kekuatan.

Analisis Matriks EFE (*External Factor Evaluation*)

Matriks *External Factor Evaluation* atau EFE memungkinkan para penyusun strategi untuk merangkum dan mengevaluasi informasi ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, pemerintah, hukum, teknologi, dan persaingan.

Tabel 4

Matriks EFE (*External Factor Evaluation*)

No.	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang (Opportunity)				
1	Peluang pangsa pasar	0,16	4	0,64
2	Kemajuan teknologi	0,16	4	0,64
3	Kebutuhan masyarakat khususnya perempuan yang semakin berkembang	0,16	4	0,64
4	Loyalitas pelanggan kepada Hijapedia	0,16	4	0,64
5	Mengikuti banyaknya permintaan konsumen	0,16	4	0,64
Subtotal		0,8	20	3,2
Ancaman (Threats)				
1	Banyaknya pesaing dengan penjualan produk yang sama	0,08	2	0,16
2	Promosi dari toko lain lebih maksimal	0,04	1	0,04
3	Permainan harga dari pesaing	0,08	2	0,16
Subtotal		0,2	5	0,36
Total		1	25	3,56

Sumber: Hasil Olah Data, 2021

Hasil analisis pada tabel 4 EFE (*External Factor Evaluation*), faktor peluang dan ancaman memiliki total skor 3,56. Karena total skor mendekati 4,0 berarti ini mengindikasikan bahwa usaha *Modiste.id* Cikarang merespon peluang yang ada dengan cara yang luar biasa dan menghindari ancaman-ancaman di pasar.

Analisis. Selanjutnya nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirinci, *strength* 3,33, *weakness* 0,18, *opportunity* 3,2, *threat* 0,36. Maka diketahui selisih total skor faktor *strength* dan *weakness* adalah (+) 3,15 sedangkan selisih total skor faktor *opportunity* dan *threat* adalah (+) 2,84. Dibawah ini merupakan gambar diagram *Cartesius* Analisis.

Gambar 2

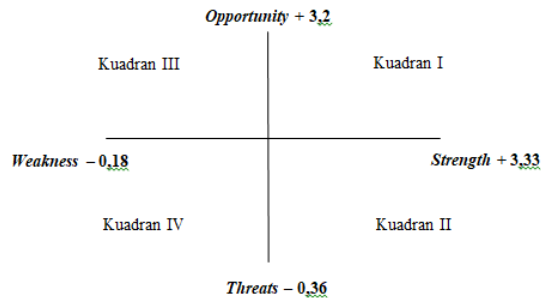
Diagram *Cartesius* Analisis SWOT

Diagram *cartesius* diatas menunjukan bahwa Modiste.id Cikarang berada pada kuadran *growth* dimana kuadran tersebut merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Usaha Modiste.id Cikarang memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada.

Tabel 5

Matriks SWOT Modiste.id Cikarang

INTERNAL EKSTERNAL	STRENGTH - S a) Harga produk yang terjangkau dikalangan konsumen b) Mempunyai produk-produk <i>fashion</i> impor c) Minimal belanja 3 produk akan mendapatkan voucher belanja d) Seringnya mengadakan promo e) Model-model <i>fashion</i> yang mengikuti perkembangan zaman / trend f) <i>Update stock</i> baju dalam 3 hari 1 kali g) Mengutamakan kualitas bahan h) Tersedianya produk melalui <i>online</i> i) Lokasi yang strategis j) Memiliki produk kerajinan bohemian k) Pemasaran melalui social media seperti	WEAKNESS - W a) Bangunan lokasi (semi permanen) b) Kurangnya tenaga kerja c) Kurangnya ketersediaan bahan baku
	OPPORTUNITY - O a) Peluang pangsa pasar b) Kemajuan teknologi c) Kebutuhan masyarakat khususnya kesempatan yang berkembang d) Loyalitas pelanggan kepada <i>Hijapedia</i> e) Mengikuti banyalnya permintaan konsumen	WO a) Menambahkan tenaga kerja agar lebih efektif dan efisien b) Tingkatkan kualitas bangunan agar menarik konsumen dan membuat konsumen nyaman c) Menambahkan ketersediaan bahan baku sehingga mampu mengikuti permintaan konsumen
	THREATS - T a) Banyaknya pesaing dengan penjualan produk yang sama b) Promosi dari toko lain lebih maksimal c) Permainan harga dari pesaing	WT a) Mengontrol permainan harga untuk meningkatkan daya beli konsumen b) Meningkatkan daya saing dari toko <i>fashion</i> lainnya

Matriks SWOT pada Tabel 5 tersebut bahwasanya menghasilkan empat sel alternatif strategi yang dapat diambil kesimpulan dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif.

KESIMPULAN

Setelah melakukan penelitian pada UMKM *fashion* Modiste.id Cikarang, peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan, sebagai berikut :

1. Hasil penelitian mengenai keunggulan bersaing yang dimiliki oleh Modiste.id yang ditentukan dalam analisis faktor internal dan eksternal. Pada analisis faktor internal atau *Internal Factor Evaluation* Modiste.id Cikarang bahwasanya menginjak angka 3,51 yang dapat disimpulkan

bahwasanya Modiste.id Cikarang dapat di identifikasikan sebagai toko *fashion* yang berada pada posisi di atas rata-rata. Pada analisis eksternal atau *External Factor Evaluation* bahwa Modiste.id Cikarang memperoleh nilai sebesar 3,56 dengan menginjak total skor yang menghampiri 4,0 bahwasanya Modiste.id Cikarang mampu mengambil peluang dan menghindari ancaman di tengah pasar yang begitu kompetitif sehingga mampu bersaing di dunia pasar.

2. Penelitian dengan menggunakan analisis SWOT, salah satu serangkaian diagram *cartesius* menunjukan bahwa *Opportunity* yang diperoleh oleh Modiste.id sebesar + 3,2, *Strength* + 3,33, *Weakness* - 0,18, dan *Threats* - 0,36. Hal ini menunjukan bahwa Modiste.id Cikarang berada pada kuadran *growth* atau merupakan situasi yang sangat menguntungkan dan memiliki kekuatan sehingga mampu mengambil peluang yang ada dengan menganalisis kondisi pasar.
3. Strategi yang di tuangkan dalam matriks analisis SWOT mampu diterapkan pada Modiste.id Cikarang dalam menerapkan strategi keunggulan bersaing pada hiruk pikuk pasar khususnya di Kabupaten Bekasi sehingga dapat bersaing dengan mengedepankan kualitas dan permintaan konsumen.

SARAN

1. Bagi pembaca bahwasanya hasil penelitian ini diharapkan dapat menambahkan wawasan terkait dengan kewirausahaan khususnya dalam menerapkan strategi keunggulan bersaing dengan menggunakan analisis SWOT di tengah kompetitif pasar.
2. Bagi objek penelitian dan usaha sejenis yang bergulit dibidang *fashion*, sebaiknya memaksimalkan kekuatan yang telah dimiliki untuk dapat meraih peluang usaha dengan meminimalkan adanya ancaman seperti produk yang sama. Hal ini menunjukan bahwa dapat meningkatkan daya saing.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ananda, Amin Dwi. PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) BERBASIS EKONOMI KREATIF DI KOTA MALANG. Diss. University of Muhammadiyah Malang, 2018.
- [2] Anwar, Muhadjir, Manajemen Strategik, (Banyumas: SASANTI INSTITUTE, 2020)
- [3] Burhan Bungin, Metodologi Penelitian Sosial: Format 2 Kuantitatif dan Kualitatif, (Surabaya: Airlangga University Press, 2005) hal 128.
- [4] Kasmiruddin, Kasmiruddin, and Maya Sari. Analisis Strategi Keunggulan Bersaing dalam Rangka Meningkatkan Volume Penjualan pada Bisnis Optik (studi Kasus pada Bisnis Optik di Pekanbaru). Diss. Riau University, 2016.
- [5] Lexy J. moeleong, Metodologi Penelitian Kualitatif, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2006) hal 4.
- [6] Nazarudin, Manajemen Strategik, (Palembang: CV. Amanah, 2018) hal 1-7
- [7] Niode, Idris Yanto. "Analisis Strategi Keunggulan Bersaing (Competitive Advantage) Sektor Usaha Kecil Menengah di Kota Gorontalo (Studi Industri Meubel di Kota Gorontalo)." BISMA (Bisnis dan Manajemen) 4.2 (2018): 91-101.
- [8] Prasojo, D,L, Manajemen Strategi, (Yogyakarta: UNY Press, 2018) hal 3-21
- [9] Rahayu, Deny Danar, and Susyenni Wanti. Analisis Strategi Keunggulan Bersaing dengan Pendekatan Analisis SWOT pada Spartan Gym Pekanbaru. Diss. Riau University.
- [10] Sarfiah, Sudati Nur, Hanung Eka Atmaja, and Dian Marlina Verawati. "UMKM Sebagai

Pilar Membangun Ekonomi Bangsa." Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan) 4.2 (2019): 137-146.

[11] Supardi, Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis, (Yogyakarta: UII Press, 2005) Hal 28.

[12] Susilowati, Ani, et al. "Analisis Strategi Keunggulan Bersaing dengan Pendekatan Analisis Swot dan Metode Qspm (Studi Kasus Murbay Konveksi)." jurnal of admiration 1.3 (2020): 124-129.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN