
PENDAMPINGAN ANALISIS USAHA DENGAN METODE SWOT PADA USAHA HOMESTAY "D&D" DAN HOMESTAY "RIZQI" YOGYAKARTA

Oleh

Sanny Nur Pratama

Universitas Mercubuana Yogyakarta

E-mail: sanny.pratama95@gmail.com

Article History:

Received: 20-12-2024

Revised: 17-01-2025

Accepted: 23-01-2025

Keywords:

UMKM, Homestay,
SWOT

Abstract: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau biasa disingkat dengan UMKM adalah bentuk usaha menguntungkan yang dijalankan dengan fokus pada jenis bisnis tertentu, dengan tujuan mengembangkan dan mengoptimalkan keterampilan pelaku UMKM untuk mencapai profitabilitas yang maksimal. Terdapat berbagai macam jenis usaha dalam UMKM sektor pariwisata, dan termasuk di antaranya adalah homestay. Homestay merupakan salah satu UMKM jenis akomodasi yang dapat dikembangkan di berbagai daerah. Ada berbagai faktor yang berpengaruh besar terhadap keberhasilan usaha di bidang akomodasi homestay, oleh sebab itu, hanya mengandalkan insting atau modal saja tidak cukup; dibutuhkan pengambilan keputusan yang strategis dan inovasi untuk meningkatkan daya tarik homestay. Analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat) menjadi penting untuk mengevaluasi Kekuatan, Kelemahan, Peluang, serta Ancaman yang mungkin dihadapi oleh usaha tersebut. Homestay "D&D" dan homestay "Rizqi" yang setelah dilakukan analisis SWOT keduanya berada pada Kuadran 1 dan untuk dapat memaksimalkan semua potensi usaha agar menjadi lebih berkembang adalah dengan menerapkan Strategi SO (Strenght-Opportunity) yaitu strategi yang berarti mengoptimalkan seluruh kekuatan untuk meraih dan memanfaatkan peluang secara maksimal yaitu lebih memaksimalkan perkembangan teknologi yang sangat pesat ini dan agar tidak semakin tertinggal dari pesaing-pesaing lainnya yang sudah memaksimalkan berbagai perkembangan teknologi dalam upaya untuk membuat usaha mereka lebih berkembang

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau biasa disingkat dengan UMKM adalah bentuk usaha menguntungkan yang dijalankan dengan fokus pada jenis bisnis tertentu, dengan tujuan mengembangkan dan mengoptimalkan keterampilan pelaku UMKM untuk mencapai profitabilitas yang maksimal. Peran UMKM sangatlah penting dalam peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Kehadiran UMKM memungkinkan masyarakat untuk meningkatkan keterampilan wirausaha mereka, mengurangi tingkat pengangguran, serta menciptakan peluang kerja baru, sehingga memastikan kelancaran roda ekonomi

masyarakat [1]. Kegiatan yang dijalankan oleh UMKM merupakan salah satu solusi untuk memperkenalkan produk barang atau jasa kreatif dari suatu daerah kepada masyarakat secara luas, sekaligus memberikan dampak positif berupa peluang usaha bagi para pelaku bisnis di wilayah tersebut[2].

Terdapat berbagai macam jenis usaha dalam UMKM sektor pariwisata, dan termasuk di antaranya adalah homestay. Homestay merupakan tipe usaha akomodasi dalam industri pariwisata yang sering didirikan di lingkungan pedesaan dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan penduduk desa setempat [3]. Homestay juga merupakan salah satu UMKM jenis akomodasi yang dapat dikembangkan di berbagai daerah [4]. Homestay dapat memberikan manfaat bagi wisatawan, seperti pengalaman menginap yang unik dan berbeda dari penginapan konvensional. Selain itu, homestay juga dapat berkontribusi dalam pengembangan UMKM dan perekonomian lokal di daerah tersebut [5].

Homestay adalah ketika sebagian kamar dalam sebuah rumah tinggal disewakan kepada tamu dalam periode waktu tertentu, dengan tujuan agar mereka dapat memahami lebih dalam tentang rutinitas dan budaya masyarakat lokal setempat. Bangunan yang dipakai untuk usaha homestay seringkali terletak tidak jauh dengan daerah pariwisata. Dengan tinggal di homestay, para wisatawan memiliki kesempatan untuk mengamati kehidupan sehari-hari masyarakat setempat, menikmati pemandangan, dan bahkan mengalami gaya hidup yang serupa dengan penduduk lokal [6]. Lokasi dari kedua mitra kegiatan pengabdian masyarakat ini berada di daerah pusat kota Yogyakarta tepatnya di jalan Letjen Suprpto, Pringgokusuman, Ngampilan, Yogyakarta dan lebih tepatnya lagi di kampung Jlagran yang berjarak sekitar 3 km dari kawasan wisata Malioboro dan Keraton Yogyakarta. Di sebelah barat sekitar 100 m dari lokasi mitra pengabdian masyarakat ini terdapat sungai Winongo yang baru-baru ini menjadi lokasi diadakannya acara Winongo Jogja River Festival yang diharapkan dapat menjadi acara unggulan berikutnya setelah Wayang Jogja Night Carnival (WJNC). WJRF 2023 tidak hanya menyuguhkan pertunjukan seni, tetapi juga menampilkan potensi Ekonomi Kreatif dari Kelurahan Pringgokusuman dan Tegalrejo. Terdapat sekitar 15 stand UMKM yang berpartisipasi, mencakup berbagai produk seperti kerajinan souvenir dan kuliner[7]. Setelah sukses pada penyelenggaraan yang pertama, Winongo Jogja River Festival (WJRF) kembali diadakan untuk yang kedua kalinya pada hari Sabtu pagi, 20 Juli 2024, di bantaran Sungai Winongo. Acara ini diawali dengan rangkaian kegiatan tradisional seperti upacara adat Merti Kali, makan bersama dengan Nasi Kenduri, dan Kirab Gunung Hasil Bumi sebagai simbol pembukaan WJRF yang kedua tahun 2024. Selain WJRF, terdapat juga program Mundur Munggah Madhep Kali (M3K) serta kolaborasi dengan konsep 5K yang melibatkan Kota, Kampung, Kampus, Korporasi, dan Komunitas. Kolaborasi ini bertujuan untuk mengoptimalkan potensi kawasan sungai melalui penataan pemukiman, khususnya di area permukiman kumuh di sekitar sungai, agar dapat dikembangkan menjadi kawasan wisata dengan konsep Riverside Pedestrian. Dengan lingkungan yang tertata rapi, diharapkan potensi kawasan sungai dapat lebih maksimal, menjadi pusat perekonomian, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat[8].

Walaupun industri Pariwisata terutama usaha di bidang akomodasi sempat mengalami penurunan yang sangat drastis selama pandemi COVID-19 namun perlahan tapi pasti keadaan mulai membaik. Usaha homestay sebenarnya telah lama dikenal dan hadir di Indonesia. Namun, bisnis homestay mulai populer dan mengalami perkembangan pesat

dalam beberapa waktu terakhir, seiring dengan pertumbuhan kampung wisata, terutama di kawasan Kota Yogyakarta. Akibatnya, banyak pemilik atau pengelola homestay baru yang membutuhkan peningkatan keterampilan dalam hal pengelolaan dan pengembangan usaha homestay mereka[9]. Ada berbagai faktor yang berpengaruh besar terhadap keberhasilan usaha di bidang akomodasi homestay, seperti ketersediaan modal, tingkat persaingan dalam industri, penggunaan media sosial, serta tren yang sedang berkembang. Oleh sebab itu, hanya mengandalkan insting atau modal saja tidak cukup; dibutuhkan pengambilan keputusan yang strategis dan inovasi untuk meningkatkan daya tarik homestay. Dalam hal ini, analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat) menjadi penting untuk mengevaluasi Kekuatan, Kelemahan, Peluang, serta Ancaman yang mungkin dihadapi oleh usaha tersebut[10].

METODE PENELITIAN

Metode dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini dimulai dengan terlebih dahulu mengidentifikasi berbagai faktor internal dan eksternal. Menurut hasil penelitian, kinerja perusahaan dipengaruhi oleh gabungan faktor internal dan eksternal. Oleh sebab itu, kedua faktor tersebut harus diperhatikan dalam pelaksanaan analisis SWOT. SWOT merupakan singkatan dari Strengths (Kekuatan) dan Weaknesses (Kelemahan) yang termasuk dalam faktor internal, serta Opportunities (Peluang) dan Threats (Ancaman) yang berasal dari faktor eksternal dalam konteks bisnis. Analisis SWOT dilakukan dengan cara membandingkan peluang dan ancaman dari faktor eksternal dengan kekuatan dan kelemahan dari faktor internal[11].



Gambar 1. Diagram Analisis SWOT

- **Kuadran 1:** Situasi yang sangat menguntungkan karena kekuatan internal yang dimiliki dapat dimanfaatkan untuk meraih peluang yang tersedia. Strategi yang disarankan adalah memberi dukungan pada kebijakan pertumbuhan agresif atau yang berorientasi pada pertumbuhan.
- **Kuadran 2:** Walaupun dihadapkan dengan ancaman-ancaman eksternal, tapi masih memiliki kekuatan internal. Strategi yang tepat adalah dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki sehingga dapat mengoptimalkan peluang jangka panjang melalui strategi diversifikasi, baik dalam hal produk maupun pasar.
- **Kuadran 3:** Kondisi yang memiliki peluang pasar yang besar, tapi juga dihadapkan dengan sejumlah kelemahan internal. Strategi yang tepat adalah mengatasi

kelemahan internal guna memaksimalkan peluang yang ada di pasar.

- **Kuadran 4:** Kondisi ini tergolong kurang menguntungkan, karena perusahaan dihadapkan pada ancaman eksternal serta kelemahan internal yang signifikan.

Setelah mengidentifikasi faktor-faktor strategis eksternal dan internal, langkah selanjutnya adalah menetapkan nilai Faktor Strategi Eksternal EFAS dan Faktor Strategi Internal IFAS.[11]. Ada beberapa tahapan yaitu:

1. Tentukan bobot untuk setiap faktor dengan menggunakan skala dari 1,0 (sangat penting) hingga 0,0 (tidak penting), berdasarkan sejauh mana faktor-faktor tersebut memengaruhi posisi strategis perusahaan. Pastikan jumlah keseluruhan bobot tidak melebihi total skor 1,00.
2. Berikan rating pada masing-masing faktor dengan skala 4 (sangat baik) hingga 1 (sangat buruk), berdasarkan dampaknya terhadap kondisi perusahaan. Untuk faktor peluang, rating diberikan secara positif (misalnya, jika peluang sangat besar, diberi rating +4; sedangkan jika peluang kecil, diberi rating +1). Sementara itu, untuk faktor ancaman, rating dilakukan secara terbalik (contohnya, jika ancaman sangat besar, diberi rating 1; sedangkan jika ancaman kecil, diberi rating 4). Variabel positif, seperti kekuatan, diberi nilai antara +1 hingga +4 (sangat baik) dengan perbandingan terhadap rata-rata industri atau pesaing utama. Sebaliknya, variabel negatif, seperti kelemahan, diberi rating kebalikannya.
3. Kalikan bobot dengan rating untuk masing-masing faktor untuk mendapatkan skor pembobotan.
4. Jumlahkan seluruh skor pembobotan. Nilai total ini menggambarkan sejauh mana perusahaan mampu merespons faktor strategis internal dan eksternal. Total skor tersebut juga dapat digunakan untuk membandingkan kinerja perusahaan dengan perusahaan lain dalam industri yang sama.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan diawali dengan melakukan diskusi dengan pengelola usaha mengenai kondisi terkini usaha yang sedang berjalan. Karena usaha kedua mitra kegiatan pengabdian masyarakat ini termasuk sederhana karena dikelola sendiri tanpa karyawan maka Bapak Muhammad sebagai pengelola homestay "Rizqi" dan Ibu Eni sebagai pengelola homestay "D&D" ingin mencari cara agar usaha mereka dapat setidaknya bersaing dengan usaha-usaha penginapan lain yang sudah lumayan banyak dan mudah ditemui di daerah sekitar yang memang cukup strategis karena lokasinya yang cukup dekat dengan Malioboro.



Gambar 2. Melakukan diskusi dengan pengelola homestay “D&D” dan “Rizqi”

Setelah melakukan diskusi dengan pengelola homestay “Rizqi” Pak Muhammad dan pengelola homestay “D&D” Ibu Eni ditemukan banyak kesamaan pada kedua usaha yang dijalani karena jika dibandingkan dengan usaha penginapan pesaing yang lain, homestay “D&D” dan “Rizqi” memang masih tergolong sederhana. Misalnya seperti keduanya dijalankan sendiri tanpa mempekerjakan karyawan, keuntungannya memang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk membayar gaji karyawan walaupun jika sedang musim liburan akan sangat terasa kerepotan juga dalam menjalankan usaha homestay ini jika hanya dijalankan sendiri.

Hal lain yang diakui oleh kedua pengelola homestay adalah mengenai ketidaktahuan dan kurang mengikuti perkembangan teknologi informasi sehingga semua masih berjalan secara alami seperti para tamu homestay yang datang sendiri setelah mendapat informasi dari warga sekitar karena memang tidak melakukan promosi dengan media sosial ataupun menggunakan situs pemesanan akomodasi seperti Traveloka. Kurangnya pengetahuan mengenai perkembangan teknologi informasi ini juga menyebabkan belum dilakukannya penambahan fasilitas seperti wifi gratis di homestay “D&D” dan homestay “Rizqi” padahal saat ini hal itu adalah salah satu pertimbangan utama para wisatawan dalam memilih akomodasi.

Kendala lain yang sama-sama dihadapi homestay “D&D” dan homestay “Rizqi” adalah tidak adanya area parkir kendaraan, meskipun sebenarnya untuk homestay “D&D” hal ini bukan masalah besar karena ada usaha tempat parkir yang dikelola oleh warga sekitar di dekat lokasi homestay. Sedangkan untuk homestay “Rizqi” masalah area parkir ini sedikit diperumit lagi dengan lokasi homestay yang ada di tengah kampung dan agak jauh dari jalan raya, walaupun menurut pengelola homestay “Rizqi” masalah area parkir ini jarang menjadi hambatan karena kebanyakan tamu yang menginap adalah wisatawan yang tidak membawa kendaraan atau biasa disebut dengan wisatawan ransel. Pengelola juga berharap dengan acara yang belum lama ini mulai diadakan seperti WJRF dan program Mundur Munggah Madhep Kali (M3K) akan berdampak baik dengan semakin banyak jumlah wisatawan yang berkunjung dan juga wisatawan yang menginap di homestay “D&D” dan homestay “Rizqi” semakin bertambah.

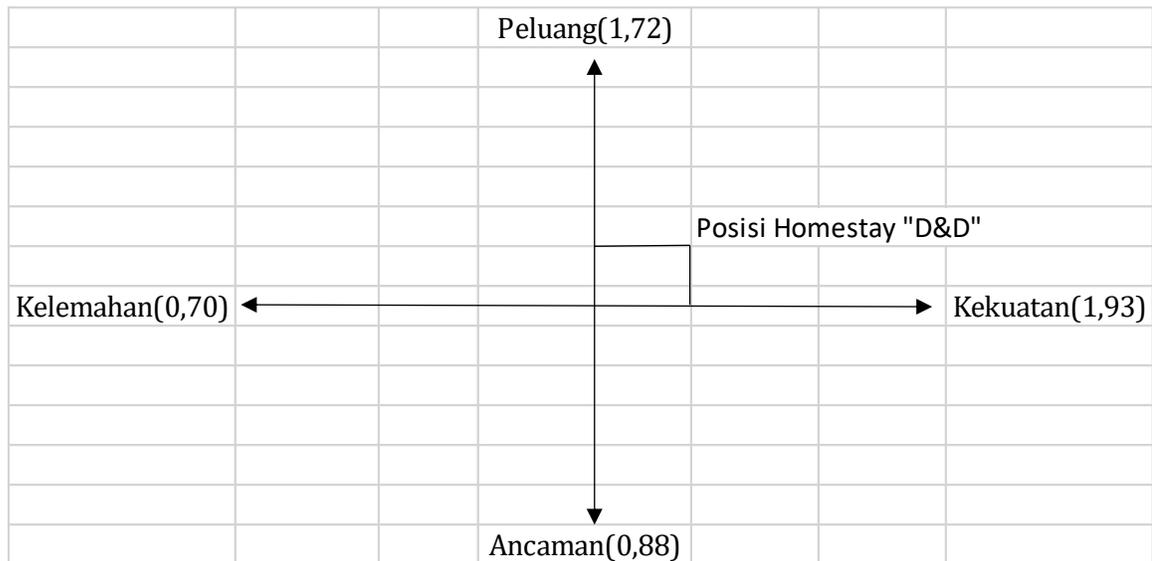
Tabel 1. Matriks IFAS homestay “D&D”

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (Strength)				
1	Lokasi strategis	0,17	4	0,70
2	Harga kompetitif	0,15	3	0,46
3	Fasilitas cukup	0,13	3	0,39
4	Jumlah kamar	0,13	3	0,39
Sub Total		0,59		1,93
Kelemahan (Weakness)				
1	Area parkir	0,11	2	0,22
2	Pengelolaan kurang maksimal	0,09	2	0,17
3	Tidak memiliki karyawan	0,09	2	0,17
4	Kurang memahami perkembangan teknologi	0,13	1	0,13
Sub Total		0,41		0,70
Total		1,00		2,63

Tabel 2. Matriks EFAS homestay “D&D”

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang (Opportunities)				
1	Kebangkitan pariwisata pasca pandemi	0,16	4	0,64
2	Perkembangan teknologi	0,12	3	0,36
3	Winongo Jogja River Festival	0,12	3	0,36
4	Program Mundur Munggah Madhep Kali (M3K)	0,12	3	0,36
Sub Total		0,52		1,72
Ancaman (Threats)				
1	Semakin banyak usaha serupa	0,16	2	0,32
2	Fasilitas pesaing lebih baik	0,12	2	0,24
3	Promosi pesaing lebih banyak	0,12	2	0,24
4	Sepi saat tidak musim liburan	0,08	1	0,08
Sub Total		0,48		0,88
Total		1,00		2,60

Dari hasil perhitungan IFAS pada homestay “D&D” didapatkan hasil skor pada Faktor Kekuatan sebesar 1,93 dan Faktor Kelemahan sebesar 0,70. Sedangkan pada perhitungan EFAS homestay “D&D” didapatkan hasil skor pada Faktor Peluang sebesar 1,72 dan Faktor Ancaman sebesar 0,88.



Gambar 2. Diagram Kartesius SWOT Homestay “D&D”

Dengan hasil perhitungan IFAS dan EFAS, homestay “D&D” memiliki selisih sebesar 1,23 dari Faktor Kekuatan 1,93 dan Faktor Kelemahan 0,70 serta selisih sebesar 0,84 dari Faktor Peluang 1,72 dan Faktor Ancaman 0,88. Dari selisih Faktor Internal dan Faktor Eksternal dapat diketahui bahwa homestay “D&D” berada pada posisi Kuadran 1.

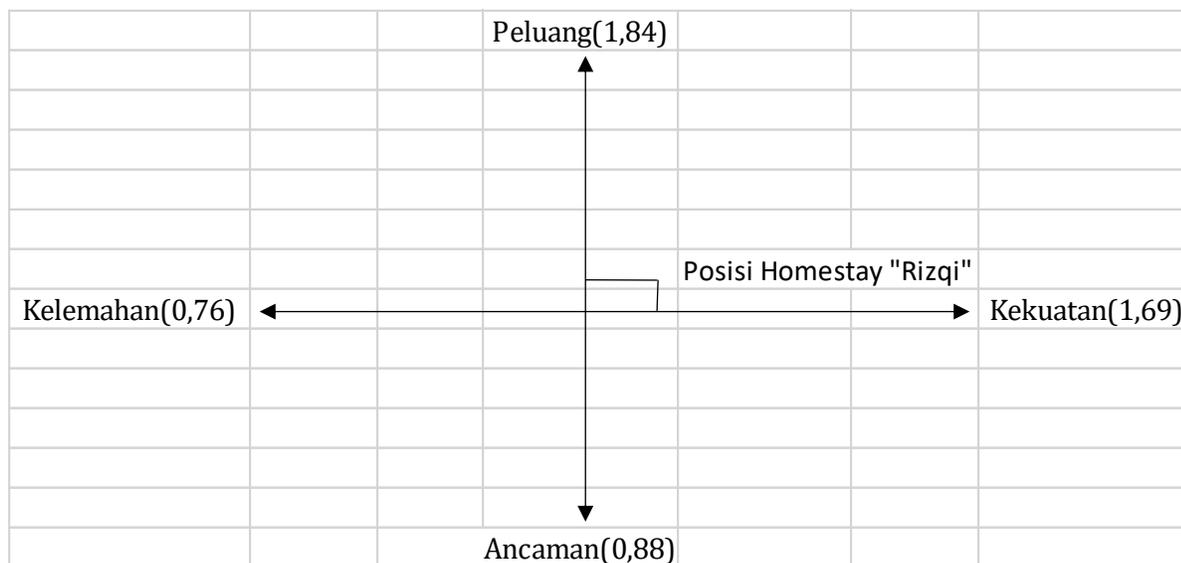
Tabel 3. Matriks IFAS homestay “Rizqi”

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (Strength)				
1	Lokasi strategis	0,18	4	0,70
2	Harga kompetitif	0,13	3	0,39
3	Pelayanan baik	0,11	3	0,33
4	Kebersihan terjaga	0,09	3	0,26
Sub Total		0,50		1,69
Kelemahan (Weakness)				
1	Area parkir	0,13	2	0,26
2	Jumlah kamar	0,10	1	0,10
3	Fasilitas kurang	0,13	2	0,26
4	Kurang memahami perkembangan teknologi	0,13	1	0,13
Sub Total		0,50		0,76
Total		1,00		2,45

Tabel 4. Matriks EFAS homestay "Rizqi"

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang (Opportunities)				
1	Kebangkitan pariwisata pasca pandemi	0,16	4	0,64
2	Perkembangan teknologi	0,12	4	0,48
3	Winongo Jogja River Festival	0,12	3	0,36
4	Program Mundur Munggah Madhep Kali (M3K)	0,12	3	0,36
Sub Total		0,52		1,84
Ancaman (Threats)				
1	Semakin banyak usaha serupa	0,16	2	0,32
2	Fasilitas pesaing lebih baik	0,12	2	0,24
3	Promosi pesaing lebih banyak	0,12	2	0,24
4	Sepi saat tidak musim liburan	0,08	1	0,08
Sub Total		0,48		0,88
Total		1,00		2,72

Dari hasil perhitungan IFAS pada homestay "Rizqi" didapatkan hasil skor pada Faktor Kekuatan sebesar 1,69 dan Faktor Kelemahan sebesar 0,76. Sedangkan pada perhitungan EFAS homestay "Rizqi" didapatkan hasil skor pada Faktor Peluang sebesar 1,84 dan Faktor Ancaman sebesar 0,88.



Gambar 3. Diagram Kartesius SWOT Homestay "Rizqi"

Dengan hasil perhitungan IFAS dan EFAS, homestay "Rizqi" memiliki selisih sebesar 0,93 dari Faktor Kekuatan 1,69 dan Faktor Kelemahan 0,76 serta selisih sebesar 0,96 dari Faktor Peluang 1,84 dan Faktor Ancaman 0,88. Dari selisih Faktor Internal dan Faktor Eksternal dapat diketahui bahwa homestay "Rizqi" berada pada posisi Kuadran 1.

Dengan kedua homestay "D&D" dan homestay "Rizqi" berada pada posisi Kuadran 1 maka strategi yang dapat diterapkan adalah strategi agresif atau Strategi SO (Strength-Opportunity) yaitu strategi yang berarti mengoptimalkan seluruh kekuatan untuk meraih

dan memanfaatkan peluang secara maksimal. Strategi-strategi tersebut yaitu adalah:

- Homestay “D&D”
 1. Memberikan promo-promo yang menarik untuk lebih menarik semakin banyak wisatawan karena lokasi homestay yang memang sudah strategis dan selalu dilewati banyak wisatawan yang melintas.
 2. Lebih memanfaatkan perkembangan teknologi agar semakin banyak wisatawan yang mengetahui keberadaan homestay dengan cara promosi melalui media sosial dan melakukan iklan di situs pemesanan akomodasi seperti Traveloka.
 3. Melakukan kerja sama dengan usaha lahan parkir warga sekitar agar dapat memudahkan dan menarik wisatawan yang membawa kendaraan dan sangat membutuhkan area parkir.
- Homestay “Rizqi”
 1. Aktif melakukan promo dan iklan saat ada acara yang kerap dihadiri wisatawan seperti WJRF agar semakin banyak yang tahu keberadaan homestay.
 2. Memaksimalkan perkembangan teknologi dengan menambah fasilitas seperti televisi dan internet gratis agar lebih banyak wisatawan yang tertarik untuk menginap.
 3. Memanfaatkan media sosial secara maksimal dengan tujuan pemasaran viral agar dapat menarik semakin banyak wisatawan dengan hal-hal menarik, tidak hanya anak-anak muda tetapi semua kalangan yang aktif di media sosial.

KESIMPULAN

Homestay “D&D” dan homestay “Rizqi” yang setelah dilakukan analisis SWOT keduanya berada pada Kuadran 1 dan untuk dapat memaksimalkan semua potensi usaha agar menjadi lebih berkembang adalah dengan menerapkan Strategi SO (Strength-Opportunity) yang berarti pengoptimalan seluruh kekuatan agar bisa meraih dan memanfaatkan peluang secara maksimal yaitu lebih memaksimalkan perkembangan teknologi yang sangat pesat ini dan agar tidak semakin tertinggal dari pesaing-pesaing lainnya yang sudah memaksimalkan berbagai perkembangan teknologi dalam upaya untuk membuat usaha mereka lebih berkembang.

Hal-hal sederhana seperti aktif di sosial media, promosi di berbagai situs pemesanan akomodasi, dan penambahan fasilitas-fasilitas penunjang seperti internet gratis dan hiburan seperti televisi yang sudah sejak lama diterapkan oleh pesaing-pesaing yang lain harus segera dikejar dengan menerapkan hal-hal tersebut di homestay “D&D” dan homestay “Rizqi” atau bahkan lebih dengan menyertakan paket-paket menarik lain dan melakukan kerja sama seperti dengan warung-warung makan sekitar dan memberikan sarapan, makan siang, dan makan malam gratis. Semua jenis usaha memiliki tantangannya masing-masing tapi pelaku usaha harus senantiasa mencari inovasi-inovasi baru agar usahanya tidak tertinggal dan berkembang menjadi lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. Setyaningsih and M. Budiantara, "Penerapan Pencatatan Laporan Keuangan Sederhana pada Toko Rohani Ibu Margi Klaten," *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, vol. 3, no. 3, pp. 953–958, May 2023, doi: 10.54082/jamsi.764.
- [2] B. A. Dewi, F. Ekonomi, D. Bisnis, E. Suprpto, E. Pembangunan, and U. Brawijaya, "PENGARUH PERKEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DI JAWA TIMUR," 2022, doi: 10.21776/jdess.
- [3] N. Sagita *et al.*, "DAMPAK PENGEMBANGAN HOMESTAY PADA SEKTOR PARIWISATA TERHADAP EKONOMI MASYARAKAT (Studi Kasus Desa Oro-Oro Ombo Kota Batu)," 2021.
- [4] H. S. Soepardi, "Kemenkop gandeng ILO untuk dorong daya saing 'homestay' - ANTARA News," *Antaraneews*. Accessed: Oct. 04, 2023. [Online]. Available: <https://www.antaraneews.com/berita/474195/kemenkop-gandeng-ilo-untuk-dorong-daya-saing-homestay>
- [5] D. Widiastuti, "Analysis of Hotel Tax Policy as an Instrument for Tax Collection on Homestays in Tourism Villages," 2023.
- [6] E. Rusnandi and D. Resmanah, "SISTEM INFORMASI HOMESTAY BERBASIS WEB DESA BANTARAGUNG," *INFOTECH journal*, vol. 6, no. 1, 2020.
- [7] Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta, "Winongo Jogja River Festival," Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta. Accessed: Oct. 04, 2024. [Online]. Available: <https://pariwisata.jogjakota.go.id/detail/index/1002>
- [8] Pemerintah Kota Yogyakarta, "Program M3K dan Mahananni Inovasi Penataan Kawasan Kumuh di Yogya," Pemerintah Kota Yogyakarta. Accessed: Nov. 17, 2024. [Online]. Available: <https://warta.jogjakota.go.id/detail/index/36180/program-m3k-dan-mahananni-inovasi-penataan-kawasan-kumuh-di-yogya-2024-10-18>
- [9] Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta, "Upaya Peningkatan Usaha Homestay dalam 'Pelatihan Pengelolaan Usaha Homestay atau Pondok Wisata Kota Yogyakarta,'" Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta. Accessed: Oct. 04, 2024. [Online]. Available: <https://pariwisata.jogjakota.go.id/detail/index/828>
- [10] R. Zailani, C. Nisaa, and G. S. Erilantu, "Pelatihan Analisis Usaha Dengan Metode SWOT di Bisnis Usaha Homestay 'Omahe Wong Di Ino' Bantul Yogyakarta," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara (Pengabmas Nusantara)*, vol. 5, no. 1, 2023.
- [11] F. Rangkuti, *ANALISIS SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2016.