

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KERUPUK LENTO I & G BERSAUDARA TANJUNG ANAU KELURAHAN OMPANG TANAH SIRAH KECAMATAN PAYAKUMBUH UTARA

Ilfa Hanim, Muhammad Rais

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil
Djambek Bukittinggi

ilfahanim77@gmail.com, muhammadrais@uinbukittinggi.ac.id

Abstrak

Riset ini diintensikan untuk menelaah strategi pengembangan usaha Kerupuk Lento I & G Bersaudara yang bertempat di Tanjung Anau, Kelurahan Ompang Tanah Sirah, Kecamatan Payakumbuh Utara. Pendekatan kualitatif diaplikasikan dalam metode studi ini, disertai analisis SWOT lewat formulasi matriks *Internal Factor Evaluation (IFE)* dan *External Factor Evaluation (EFE)*. Perolehan data dilakukan via *interview*, pengamatan, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha Kerupuk Lento I & G Bersaudara berada pada posisi strategi agresif, yang ditandai oleh kuatnya faktor internal dan besarnya potensi *external*. Rekomendasi taktik mencakup optimalisasi efektivitas manufaktur, pengukuhan promosi dengan platform *digital* serta kreasi kemasan, ditambah pelebaran jangkauan distribusi atau inisiasi cabang. Realisasi strategi tersebut diproyeksikan mampu mengangkat rivalitas dan kelanggengan usaha sesuai dengan prinsip syariah.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan Usaha, SWOT, UMKM, Kerupuk Lento.

Abstract

The objective of this research is to examine the business development tactics of Kerupuk Lento I & G Bersaudara situated in Balai Batung Village, North Payakumbuh District. The investigative method utilizes a qualitative perspective with SWOT analysis through the formulation of Internal Factor Evaluation (IFE) and External Factor Evaluation (EFE) matrices. Information was gathered via interviews and field observations, and documentation. The results indicate that Kerupuk Lento I & G Bersaudara is strategically positioned aggressively, characterized by strong internal factors and substantial external opportunities. Recommended strategies include increasing production efficiency, strengthening promotion through digital media and packaging innovation, and expanding the distribution network or opening branches. Implementing these strategies is expected to increase competitiveness and business sustainability in accordance with Sharia principles.

Keyword: Business Development Strategy, SWOT, UMKM, Kerupuk Lento.

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mempunyai atensi krusial untuk menyangga finansial Indonesia, spesifiknya dalam memfasilitasi okupasi, memacu ekonomi daerah, dan menstimulasi distribusi penghasilan penduduk. Posisi UMKM bertindak sebagai pilar vital ekonomi negara karena mampu bertahan dalam berbagai kondisi ekonomi dan berkontribusi besar terhadap kesejahteraan masyarakat di tingkat daerah. Merujuk statistik Kementerian Koperasi dan UKM, kuantitas UMKM nasional menembus 64 juta unit dengan andil pada *Produk Domestik Bruto (PDB)* senilai 61,07% dan mengakomodasi kisaran 97% pekerja. Keadaan ini merefleksikan yakni keberlanjutan dan pengembangan UMKM merupakan aspek penting dalam pembangunan ekonomi nasional, khususnya di wilayah pedesaan dan pinggiran kota.

Salah satu bentuk UMKM yang tumbuh di Indonesia merupakan *home industry* yang terklasifikasi pada kategori usaha kecil. Home industry merupakan usaha produktif yang dikelola secara mandiri oleh individu atau keluarga dengan tujuan utama meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan ekonomi. Jenis usaha ini umumnya memanfaatkan sumber daya lokal dan teknologi sederhana, namun memiliki potensi besar untuk berkembang apabila dikelola dengan strategi yang tepat. Industri makanan ringan, seperti usaha kerupuk, menjadi salah satu sektor home industry yang memiliki peluang pasar cukup luas karena produknya mudah diterima oleh masyarakat dan memiliki harga yang relatif terjangkau.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pengembangan UMKM, khususnya industri kerupuk, dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dan memperkuat perekonomian lokal apabila didukung oleh strategi pengembangan yang tepat. Penelitian lain menekankan pentingnya inovasi produk, pemasaran, serta penguatan sumber daya manusia guna mendongkrak rivalitas UMKM di tengah kompetisi *market* yang makin masif. Lebih lanjut, metode taktis berlandaskan analisis SWOT kerap dimanfaatkan guna memetakan aspek *internal* dan *external* usaha demi merancang strategi pengembangan yang efektif.

Meskipun demikian, sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak berfokus pada UMKM yang telah memiliki sistem pemasaran modern atau berada di wilayah perkotaan. Penelitian yang mengkaji secara mendalam usaha tradisional berbasis home industry di daerah, khususnya yang masih menggunakan metode produksi dan promosi konvensional, masih relatif terbatas. Selain itu, kajian mengenai strategi pengembangan usaha industri kerupuk yang dikaitkan dengan kondisi riil pelaku usaha serta potensi lokal di wilayah Payakumbuh Utara masih jarang ditemukan. Kesenjangan inilah yang menjadi fondasi urgensi riset ini dikerjakan sebagai ikhtiar menghadirkan kebaruan (*novelty*) dalam kajian UMKM.

Kerupuk Lento I & G Bersaudara yang bertempat di kelurahan ompang tanah sirah, Kecamatan Payakumbuh Utara, adalah representasi UMKM yang memperlihatkan eskalasi omzet cukup drastis antar tahun. Kendati demikian, di balik pertumbuhan tersebut, pelaku usaha masih menghadapi berbagai permasalahan, antara lain keterbatasan promosi yang masih bersifat tradisional, minimnya inovasi

kemasan produk, keterbatasan sumber daya manusia, serta fluktuasi harga bahan baku yang memengaruhi stabilitas biaya produksi. Permasalahan-permasalahan tersebut berpotensi menghambat pengembangan usaha apabila tidak ditangani dengan strategi yang tepat.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan suatu pendekatan strategis yang bisa memetakan keunggulan, kekurangan, potensi, dan risiko bisnis secara menyeluruh. Riset ini memakai analisis *SWOT* lewat formasi matriks *Internal Factor Evaluation (IFE)* dan *External Factor Evaluation (EFE)* selaku instrumen kajian guna merancang taktik pengembangan usaha yang selaras dengan situasi *internal* maupun *external* Kerupuk Lento I & G Bersaudara. Perspektif ini diproyeksikan bisa menyajikan saran strategi yang praktis serta berkelanjutan bagi pengembangan usaha.

Sebab itu, orientasi studi ini ialah guna menelaah siasat pengembangan usaha Kerupuk Lento I & G Bersaudara di Tanjung Anau, Kelurahan Ompang Tanah Sirah, Kecamatan Payakumbuh Utara, berlandaskan aspek *internal* dan *external* bisnis, sekaligus menyusun strategi yang sanggup menopang kontinuitas serta peningkatan daya saing UMKM tersebut.

Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan perspektif kualitatif lewat metode riset lapangan (*field research*) serta rancangan studi kasus. Perspektif kualitatif diadopsi guna mendapatkan wawasan komprehensif terkait situasi riil usaha serta strategi pengembangan yang diterapkan pada UMKM Kerupuk Lento I & G Bersaudara. Penelitian dilaksanakan di Tanjung Anau, Kelurahan Ompang Tanah Sirah, Kecamatan Payakumbuh Utara, pada periode September 2025 hingga penelitian selesai.

Subjek penelitian adalah pelaku usaha yang terlibat langsung dalam pengelolaan dan aktivitas produksi Kerupuk Lento I & G Bersaudara. Informan ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria memiliki pengetahuan dan keterlibatan langsung dalam kegiatan usaha. Informan penelitian terdiri dari satu orang pemilik usaha sebagai informan utama serta beberapa konsumen untuk memperoleh informasi tambahan terkait kualitas produk, kemasan, harga, dan tingkat kepuasan konsumen.

Data penelitian bersumber dari data primer maupun sekunder. Data primer didapat dengan *interview* intensif bersama pemilik usaha serta pengamatan langsung pada alur manufaktur dan kegiatan *marketing*. Data sekunder dihimpun dari arsip penunjang semisal rekam jejak usaha, laporan transaksi, serta literatur yang relevan seperti buku dan artikel ilmiah yang berkaitan dengan UMKM dan strategi pengembangan usaha.

Pengumpulan data dilaksanakan lewat tiga metode pokok, yakni pengamatan, *interview*, dan dokumentasi. Pengamatan dijalankan guna meninjau secara *real* alur manufaktur, pemakaian material mentah, maupun kegiatan operasional usaha. *Interview* digelar secara *semi-structured* demi mengorek keterangan terkait situasi

internal dan eksternal usaha. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data berupa arsip, foto kegiatan usaha, dan data penjualan.

Analisis data dilakukan menggunakan analisis SWOT dengan memetakan elemen *internal* meliputi keunggulan dan kekurangan maupun elemen *external* mencakup potensi dan risiko yang berdampak pada pengembangan usaha. Elemen-elemen itu lantas ditelaah memakai Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan Matriks *External Factor Evaluation* (EFE). Tiap elemen diberikan bobot menurut taraf urgensinya dengan akumulasi bobot 1,00, serta disematkan *rating* untuk menilai pengaruh faktor tersebut terhadap pengembangan usaha. Hasil analisis IFE dan EFE digunakan sebagai dasar penyusunan Matriks SWOT dalam merumuskan strategi pengembangan usaha yang paling tepat.

Validitas informasi pada studi ini diverifikasi lewat metode triangulasi, yakni mengomparasi data yang didapat dari aneka sumber dan metode penghimpunan data, sehingga informasi yang dihasilkan lebih valid dan dapat dipertanggungjawabkan.

Hasil Dan Pembahasan

Gambaran Umum Usaha Kerupuk Lento I & G Bersaudara

Usaha Kerupuk Lento I & G Bersaudara merupakan usaha mikro rumah tangga yang berlokasi di Tanjung Anau, Kelurahan Ompang Tanah Sirah, Kecamatan Payakumbuh Utara, Sumatera Barat. Usaha ini berdiri sejak tahun 2019 dan dikelola oleh Bapak Khazanal dan Ibu Kasmawati. Latar belakang pendirian usaha berkaitan dengan dampak pandemi Covid-19 yang menyebabkan hilangnya sumber pendapatan keluarga, sehingga mendorong pemilik usaha memanfaatkan ketersediaan bahan baku singkong lokal untuk memulai produksi kerupuk lento sebagai sumber penghasilan alternatif.

Proses produksi masih dilakukan secara manual, mulai dari pengolahan adonan hingga penggorengan, dengan peralatan sederhana. Dalam satu kali produksi, usaha ini mampu menghasilkan sekitar 300 bungkus kerupuk dan dilakukan empat kali dalam seminggu. Meskipun belum menggunakan teknologi modern, kualitas produk tetap terjaga melalui keterampilan dan ketelitian tenaga kerja.

Pemasaran produk dilakukan secara langsung melalui sistem titip jual di warung-warung sekitar serta distribusi ke beberapa wilayah di luar daerah. Namun, pemanfaatan pemasaran digital masih terbatas, yaitu hanya melalui aplikasi WhatsApp. Kemasan produk masih sederhana menggunakan plastik bening, sehingga belum optimal untuk pemasaran online jarak jauh. Dari sisi manajemen, usaha ini belum memiliki sistem pencatatan keuangan yang terstruktur dan masih bersifat informal.

Meskipun demikian, perkembangan usaha menunjukkan tren positif. Omzet penjualan mengalami peningkatan signifikan dari Rp52.000.000 pada tahun 2019 menjadi Rp460.800.000 pada tahun 2024, yang menunjukkan bahwa usaha kerupuk lento memiliki prospek pasar yang baik dan mampu bertahan di tengah persaingan industri makanan ringan.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Analisis SWOT Pengembangan Usaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Usaha Kerupuk Lento I & G Bersaudara memiliki kekuatan internal yang cukup dominan. Kekuatan utama usaha ini terletak pada ketersediaan bahan baku singkong yang mudah diperoleh dari petani lokal, cita rasa produk yang khas dan konsisten, loyalitas konsumen lokal, serta jangkauan pemasaran yang telah mencapai luar daerah meskipun masih bersifat sederhana. Faktor-faktor ini berperan penting dalam menjaga keberlangsungan produksi dan stabilitas penjualan.

Di sisi lain, usaha ini masih menghadapi beberapa kelemahan, antara lain proses produksi yang masih manual, keterbatasan tenaga kerja dan keterampilan, kemasan produk yang belum inovatif, pemasaran online yang belum optimal, serta pencatatan keuangan yang belum terstruktur. Kelemahan tersebut membatasi kapasitas produksi dan perluasan pasar, khususnya dalam pemanfaatan platform digital.

Dari faktor eksternal, peluang usaha cukup besar, terutama melalui adanya program bantuan dan pelatihan UMKM, dukungan pemerintah terhadap produk lokal, peluang kerja sama dengan distributor, serta perkembangan marketplace sebagai media pemasaran. Namun, usaha juga menghadapi ancaman berupa meningkatnya persaingan usaha sejenis dan kenaikan harga bahan baku yang dapat menekan keuntungan usaha.

2. Analisis Matriks IFE dan EFE

a) Matriks Internal Faktor Evalution (IFE)

Tabel 4.1
Matriks Internal Faktor Evalution (IFE)

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
Strenght (Kekuatan)			
1. Bahan baku yang mudah diperoleh	0,18	4	0,72
2. Memiliki cita rasa yang khas	0,17	4	0,68
3. Konsumen lokal yang loyal	0,11	3	0,33
4. Jangkau pasar hingga luar daerah	0,09	3	0,27
Jumlah	0,55		2,00
Weakness (Kelemahan)			

1. Produksi yang masih manual	0,12	2	0,24
2. Kemasan masih sederhana dan belum ada inovasi	0,11	2	0,22
3. Pemasaran online yang belum optimal	0,09	2	0,18
4. Tenaga Kerja Terbatas	0,11	2	0,22
5. Pencatatan keuangan usaha belum terstruktur	0,05	2	0,1
Jumlah	0,45		0,96
Total	1,00		2,96

Sumber: Data diolah peneliti pada tahun 2026

Hasil matriks IFE menunjukkan bahwa skor kekuatan (2,00) lebih tinggi dibandingkan kelemahan (0,96), dengan total skor 2,96, yang menandakan dominasi faktor internal positif dalam mendukung kinerja Usaha Kerupuk Lento I & G Bersaudara.

b) Matriks Eksternal Factor Evaluation (EFE)

Tabel 4.2
Matriks Eksternal Factor Evaluation (EFE)

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor (Bobot x Rating)
Opportunity (Peluang)			
2. Program bantuan & pelatihan UMKM	0,19	4	0,76
3. Dukungan pemerintah terhadap produk lokal	0,16	3	0,48
4. Marketplace sebagai media pemasaran	0,13	3	0,39
5. Peluang kerja sama dengan distributor	0,14	3	0,42
Jumlah	0,62		2,05
Threat (Ancaman)			
1. Persaingan usaha sejenis	0,21	2	0,42
2. Kenaikan harga bahan baku	0,17	2	0,34
Jumlah	0,38		0,76
Total	1,00		2,81

Sumber: Data diolah peneliti pada tahun 2026

Hasil matriks EFE menunjukkan bahwa skor peluang (2,05) lebih tinggi dibandingkan ancaman (0,76), dengan total skor 2,81. Temuan ini mengindikasikan bahwa Usaha Kerupuk Lento I & G Bersaudara berada pada lingkungan eksternal yang relatif menguntungkan dan memiliki kapasitas untuk memanfaatkan peluang guna menghadapi berbagai ancaman.

c) Matriks SWOT

Tabel 4.3
MatrikSwot
Strategi Pengembangan Usaha Kerupuk Lento I & G Bersaudara

Faktor Internal Faktor Eksternal	Strenght (Kekuatan)	Weaknesses (Kelemahan)
	1. Bahan baku yang mudah diperoleh 2. Memiliki cita rasa yang khas 3. Konsumen lokal yang loyal 4. Jangkauan pasar hingga luar daerah	1. Produksi yang masih manual 2. Kemasan masih sederhana dan belum ada inovasi 3. Pemasaran online yang belum optimal 4. Tenaga Kerja Terbatas 5. Pencatatan keuangan usaha belum terstruktur
Opportunities (Peluang)	Strategi SO	Strategi WO

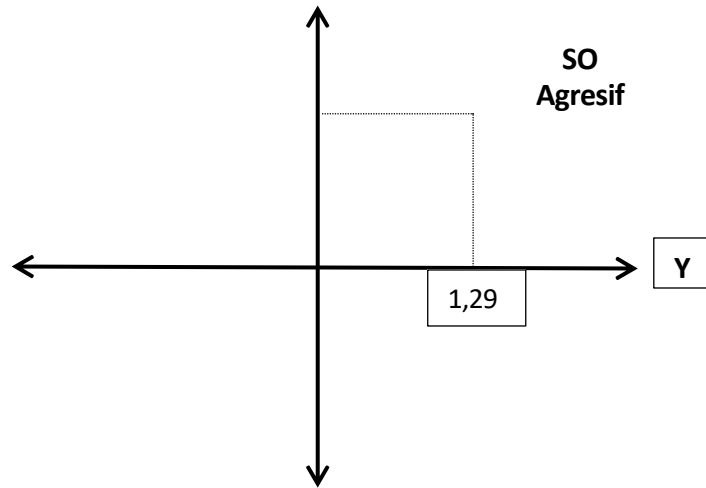
1. Program bantuan & pelatihan UMKM 2. Dukungan pemerintah terhadap produk lokal 3. Marketplace sebagai media pemasaran 4. Peluang kerja sama dengan distributor	1. Memanfaatkan ketersediaan bahan baku singkong yang mudah diperoleh untuk menjaga keberlanjutan proses produksi. 2. Mengandalkan cita rasa khas kerupuk lento sebagai keunggulan produk untuk menarik dan mempertahankan minat konsumen 3. Memperluas pemasaran produk melalui pemanfaatan marketplace serta dukungan program UMKM guna menjangkau pasar yang lebih luas.	1. Memanfaatkan program pelatihan UMKM untuk meningkatkan keterampilan tenaga kerja agar proses produksi dapat berjalan lebih efektif dan efisien. 2. Mengikuti pelatihan manajemen usaha yang disediakan oleh pemerintah atau lembaga terkait untuk memperbaiki pengelolaan usaha, terutama dalam pencatatan keuangan. 3. Mengembangkan pemasaran online melalui pemanfaatan media sosial dan marketplace sebagai upaya mengatasi keterbatasan pemasaran yang
--	--	---

		selama ini hanya menggunakan WhatsApp. 4. Mengembangkan kemasan yang lebih aman dan menarik agar produk bisa dipasarkan secara online
Threats (Ancaman)	Strategi ST	Strategi WT
1. Persaingan usaha sejenis 2. Kenaikan harga bahan baku	1. Menjaga kualitas bahan baku dan proses produksi agar cita rasa khas kerupuk lento tetap konsisten. 2. Mempertahankan kualitas produk sebagai keunggulan utama untuk menghadapi persaingan usaha kerupuk sejenis. 3. Memanfaatkan loyalitas konsumen dengan memberikan produk yang berkualitas secara berkelanjutan	1. Melakukan perbaikan dalam pengelolaan usaha, terutama pada efisiensi proses produksi agar penggunaan bahan baku lebih optimal. 2. Menata pencatatan keuangan usaha secara lebih terstruktur untuk mengontrol biaya produksi dan keuntungan usaha. 3. Mengelola usaha dengan lebih baik agar mampu bertahan dalam menghadapi

	sehingga konsumen tetap memilih produk kerupuk Lento I & G Bersaudara.	persaingan dan kenaikan harga bahan baku.
--	--	---

Berdasarkan Matriks SWOT, diperoleh empat alternatif strategi, yaitu strategi SO, WO, ST, dan WT. Hasil analisis tabel bobot dan skor menunjukkan bahwa strategi Strength–Opportunities (SO) memiliki nilai tertinggi sebesar 4,05. Hal ini menempatkan Usaha Kerupuk Lento I & G Bersaudara pada posisi strategi agresif, yaitu kondisi di mana kekuatan internal dan peluang eksternal sama-sama tinggi.

Strategi SO diarahkan pada pemanfaatan ketersediaan bahan baku lokal dan cita rasa khas produk untuk menjaga keberlanjutan produksi, memperluas pemasaran melalui marketplace, serta



memanfaatkan dukungan program UMKM. Strategi ini dinilai paling tepat karena mendorong pertumbuhan usaha secara aktif, bukan sekadar bertahan, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan kinerja usaha di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

X

Hasil analisis bobot skor Matriks SWOT menunjukkan bahwa strategi Strength-Opportunities (SO) memiliki nilai tertinggi dibandingkan strategi lainnya. Temuan ini menempatkan Usaha Kerupuk Lento I & G Bersaudara pada posisi $[(1,29) (1,04)]$ agresif, yang mengindikasikan dominasi kekuatan internal dan besarnya peluang eksternal. Kondisi tersebut menunjukkan potensi usaha yang kuat untuk dikembangkan secara optimal melalui pemanfaatan ketersediaan bahan baku, konsistensi cita rasa produk, dan loyalitas konsumen guna memperluas pasar dan mendorong pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, strategi pengembangan Usaha Kerupuk Lento I & G Bersaudara diarahkan pada penerapan strategi agresif (SO) yang menekankan pemanfaatan kekuatan internal dan peluang pasar. Dari aspek produksi, strategi ini diwujudkan melalui peningkatan kapasitas dan efisiensi produksi yang didukung oleh ketersediaan bahan baku lokal sehingga proses produksi dapat berlangsung secara berkelanjutan. Dari aspek promosi, penguatan pemasaran digital dan pemanfaatan marketplace menjadi langkah strategis untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk. Sementara itu, dari aspek ekspansi

usaha, strategi agresif memungkinkan perluasan jaringan distribusi ke wilayah lain guna meningkatkan volume penjualan dan memperkuat posisi usaha di tengah persaingan. Secara keseluruhan, strategi agresif tersebut berpotensi mendorong pertumbuhan usaha dan meningkatkan daya saing secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Assegaf Najwa,dkk,(2025), *Manajemen Bisnis Syariah dalam Menciptakan Lingkungan Kerja Yang etis dan Produktif*, Al-Fiqh:Jurnal of Islamic studies, vol 3 No 2,. 83-84
- Budianto Rachwan,dkk,(2023), *Pengembangan UMKMANatara Teori dan Konseptual*,Yogyakarta: Gadjah Mada Univesity Press Anggota IKAPI dan APPTI.
- Delfira Asyifah Fauzah,dkk,(2025), *Analisis Permasalahan Perkembangan UMKM Terhadap Perekonomian di Indonesia*, Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen, Vol. 4 No. 1.
- Suhardi (Cand),(2018),*Pengantar Manajemen Dan Aplikasinya*,Yogyakarta: Gava Media.
- Febrianty dkk, (2020).*Pengantar Bisnis Etika, Hukum & Bisnis Internasional*,Medan:Yayasan Kita Menulis.
- Haq Mujahid Sabilil, *Skripsi Strategi Pengembangan Usaha Rumah Makan Ayam Kampung Tolping Daeng Kio Di Limbung Kabupaten Gowa*, Universitas Negeri Makassar.
- Kinanti Risma Ayu ,dkk, (2020). *Manajemen Bisnis Syariah*, Bandung: CV.Medis Sains Indonesia. 14-22.
- Nataliningsih, (2018), *manajemen strategi agribisnis*, Bandung: ALFABETA,CV.
- Nugraha Jefri Putri, Dkk,(2023),*Manajemen Bisnis*, Padang : Pt Global Eksekutif Teknologi.
- Nurmansyah , dkk, (2023), *Manajemen Strategik*, (Purbalingga : CV.Eureka Media Aksara.
- Mujito, (2021), *Manajemen Strategi Dengan Pendekatan Analisis SWOT*, Jawa Tengah: Wawasan Ilmu, 44-45
- Oktaviany Mega,dkk,(2024).*Manajemen Bisnis Syariah*,Batam: CV.Rey Media Grafika.1
- Rohman Abd.,(2017),*Dasar-Dasar Manajemen*, Malang : Inteligensia Media.
- Rozikin Ahmad Zainur,dkk, (2023) *Strategi Pengembangan Usaha Untuk Meningkatkan Pendapatan Umkm Kijen Star Reog Ponorogo*, Journal of Islamic Philanthropy and Disaster, Vol.3 No 1.
- Salim Helmi Agus,dkk,(2025), *Strategi Pengembangan Sentra Industri Kerupuk Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Dikawasan Desa Ajung Wetan, Kecamatan Ajung, Kabupaten Jember*, Jurnal Manajemen Bisnis dan Informatika, Vol. 5, No. 2.
- Suhairi Dadang, (2024), *Manajemen Strategik*, Jawa Barat: Widina Media Utama.
- Sulaiman Ahmad, dkk, (2022), *Strategi Pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen Dan Profitabilitas Pada Rich's Coffe*, Equilibrium Vol. 11. No. 1.

Umar Husein, (2020) *Manajemen Strategik Konsep Dan Analisis*, The Jakarta Business Research Center.

Yusda Desi Derina,dkk,(2023) *Memaksimalkan Pengembangan Usaha Lewat Online*, Jurnal Multidisiplin Borobudur, Vol 1. No. 2.