

Pengembangan UMKM Batik Tulis Bakaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Pengrajin Home Industri Batik Tulis Desa Bakaran Wetan

Dwi Retno Sri Puji Lestari¹, Suparwi²
IAIN Kudus^{1,2}

Email: dwiretnosripujilestari@gmail.com¹,
suparwi@iainkudus.ac.id²

Abstract

The purpose of this research is to study how batik SMEs in Bakaran Wetan Village can improve their competitiveness by using a different approach based on a SWOT analysis. Descriptive qualitative research was used for this research. In this study, observation and interviews with the owners of the roasted batik business were used as data collection methods. The IFE (Internal Factor Evaluation) matrix describes the company's strengths and weaknesses, the EFE (External Factor Evaluation) matrix describes the company's opportunity and threat factors, and the IE (Internal External) matrix shows the company's current position, used in the SWOT analysis. This. The total score of strengths, weaknesses, opportunities, and threats is calculated from the results of data analysis. Each factor gets a strength weight of 2.16, a weakness weight of 0.76, an opportunity weight of 2.44, and a threat weight of 1.08. The IFE matrix has an average total score of 0.84, while the EFE matrix has a total score of 1.36. Based on the findings of this study, the Development Strategy for Batik Tulis Bakaran to Increase the Competitiveness of Craftsmen occupies the first quadrant position. Several other strategies need to be carried out such as annual events, increasing the number of batik Bakaran agents to expand the market, and so on. In addition, new innovations are needed so that the UMKM batik Bakaran strategy can follow existing trends and attract customers. Both internal and external factors need to be considered if the industry is to be maintained.

Keyword: SWOT Analysis, SWOT Matrix, Competitiveness, Batik Bakaran.

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari bagaimana UKM batik bakar di Desa Bakaran Wetan dapat meningkatkan daya saing mereka dengan menggunakan pendekatan yang berbeda berdasarkan analisis SWOT. Penelitian kualitatif deskriptif digunakan untuk penelitian ini. Dalam penelitian ini, observasi dan wawancara dengan pemilik usaha batik bakar dijadikan sebagai metode pengumpulan data. Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) yang menggambarkan kekuatan dan kelemahan perusahaan, matriks EFE (*External Factor Evaluation*) yang menggambarkan faktor peluang dan ancaman perusahaan, dan matriks IE (*Internal External*) yang menunjukkan posisi perusahaan saat ini, digunakan dalam analisis SWOT. Ini. Skor total faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dihitung dari hasil analisis data. Masing-masing faktor mendapat bobot kekuatan 2,16, bobot kelemahan 0,76, bobot peluang 2,44, dan bobot ancaman 1,08. Matriks IFE memiliki skor total rata-rata 0,84, sedangkan matriks EFE memiliki skor total 1,36. Berdasarkan temuan penelitian ini, Strategi Pengembangan Batik Tulis Bakaran untuk Meningkatkan Daya Saing Pengrajin

menempati posisi kuadran I. Beberapa strategi lain perlu dilakukan seperti event tahunan, penambahan jumlah agen batik bakar untuk memperluas pasar, dan sebagainya. Selain itu, diperlukan inovasi-inovasi baru agar strategi UMKM batik Bakaran dapat mengikuti tren yang ada dan menarik pelanggan. Baik faktor internal maupun eksternal perlu dipertimbangkan jika industri ingin dipertahankan.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Matriks SWOT, Daya Saing, Batik Bakaran.

Pendahuluan

Besarnya peluang UMKM dalam menggerakkan perekonomian masyarakat serta menjadi tumpuan sebagian besar sumber pendapatan masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraannya menjadi salah satu fakta bahwa UMKM memiliki banyak kontribusi dalam perekonomian nasional (Ariani & Utomo, 2017). Semakin banyaknya jumlah usaha dan bisnis baru diberbagai sektor industri baik kecil maupun besar mengakibatkan para pelaku usaha harus bersiap untuk bersaing baik di pasar Indonesia maupun pasar global. Perdagangan yang terus berkembang dan semakin canggih mengakibatkan persaingan pasar yang semakin bervariasi dan sengit. Setiap bisnis, terutama yang berada di industri yang sama, perlu menghadirkan konsep baru untuk bersaing dengan yang lain.

Selain menciptakan ide-ide kreatif juga diperlukan strategi yang tepat untuk mengantisipasi ancaman dari perusahaan pesaing. Menjaga kepercayaan konsumen menjadi salah satu strategi yang banyak dilakukan pelaku usaha saat ini untuk produk atau jasa yang ditawarkan. Perusahaan juga harus menyesuaikan diri di tengah perubahan sehingga dapat melakukan pemasaran yang lebih efektif dan efisien (Mubarok, 2017).

Analisis lingkungan sangat diperlukan untuk mengetahui suasana lingkungan, baik lingkungan sekarang maupun perubahan suasana yang akan datang untuk memperkuat perusahaan dalam menghadapi lingkungan yang berubah-ubah. Sebuah perusahaan dapat dikatakan memiliki keunggulan kompetitif apabila memiliki ciri khas tersendiri yang tidak dimiliki oleh pesaing, melakukan suatu hal yang lebih baik dari perusahaan lainnya, dan yang terakhir dapat melakukan sesuatu yang tidak mampu dilakukan oleh perusahaan yang lain (Amirullah, 2015).

Perkembangan Batik Bakaran mengalami pasang surut. Batik Bakaran memang tidak setenar Batik Lasem, Batik Yigyakarta, Solo dan Pekalongan, hal ini disebabkan pada saat itu letak demografis Desa Bakaran yang masih terisolir sehingga tidak banyak orang yang tau. Industri Batik Bakaran menurun pada tahun 1960-an karena semakin sedikit orang yang tertarik dengan batik. Pada tahun 1983 Batik Bakaran mulai mendapat binaan dari Disperindag Kabupaten Pati untuk mengembangkan batik

melaui pelatihan kilat. Tujuannya untuk meningkatkan kualitas Batik Bakaran untuk menarik konsumen (Rohmah et al., 2017).

Selain permasalahan daya saing, permasalahan bahan baku dan tenaga kerja juga menjadi permasalahan yang cukup penting diperhatikan. Pembelian bahan baku di luar kota mengakibatkan para pelaku usaha harus menambah biaya dan menambah pengeluaran dalam produksi sehingga membuat keuntungan yang diperoleh lebih kecil. Para pengrajin tidak dapat menaikkan harga batik dengan mudah dikarenakan takut harga yang terlalu tinggi di pasaran. Sedangkan untuk masalah tenaga kerja yang kurang kompeten dalam bidangnya dapat mempengaruhi perkembangan batik Bakaran dengan tidak maksimal.

Pada penelitian terdahulu yaitu penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Tahwin dan A. Aviv Mahmudi menemukan bahwa sebuah strategi sangat dibutuhkan untuk meningkatkan nilai jual pasar dan daya saing antar pengrajin batik tulis. Dengan menerapkan rumusan SWOT dan menggunakan kekuatan dan memanfaatkan peluang yang ada, serta menggunakan teknologi modern untuk meningkatkan produktivitas. Oleh karena itu dibutuhkan penerapan manajemen strategi untuk mengembangkan produktivitas, meningkatkan nilai jual pasar, serta meningkatkan daya saing antar pengrajin batik tulis melalui peluang dan kekuatan yang ada (Tahwin et al., 2014).

Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh Ghalib Agfa Polnaya dan Darwanto adalah hasil dari penelitian ini faktor industri, teknologi, sumber daya, kelembagaan, dan intermediasi keuangan berkontribusi terhadap masalah daya saing yang dihadapi usaha kecil dan menengah (UKM) dalam ekonomi kreatif Batik Bakaran. Dari kelima aspek tersebut, peningkatan sumber daya manusia yang kreatif untuk membantu pemanfaatan bahan baku terbarukan merupakan strategi pengembangan yang paling penting dan tepat (Dawanto, 2015).

Dalam penelitian ini peneliti melakukan penelitian mengenai penerapan manajemen strategi pada *home industry* batik Bakaran, pengembangan strategi untuk meningkatkan daya saing, serta pengaruh dari faktor internal dan eksternal dalam suatu usaha. Oleh karena itu terciptalah judul penelitian "Strategi Pengembangan UMKM Batik Tulis Bakaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Pengrajin (Studi Kasus Home Industri Batik Tulis Desa Bakaran Wetan Kecamatan Juwana, Kabupaten Pati, Jawa Tengah)."

Kajian Literatur

Manajemen Strategi

Manajemen strategi tersusun dari dua kata yang terdiri dari kata "*manajemen* dan *strategik*" yang masing-masing kata tersebut sudah memiliki arti tersendiri, yang mana apabila dua kata tersebut dijadikan satu akan membentuk suatu pengertian tersendiri. Manajemen Strategi adalah

proses mengelola organisasi untuk mencapai visi dan misinya, mempertahankan hubungannya dengan lingkungannya, terutama kepentingan *stakeholder*, memilih strategi, menerapkannya, dan mengendalikannya sehingga tujuan dan sasaran organisasi dapat dicapai (Rahin, 2017).

Menurut *Pearce II dan Robinson*, "manajemen strategis merupakan satu kesatuan dari keputusan dan tindakan yang menghasilkan rumusan dan pelaksanaan dalam sebuah rencana yang sudah disusun untuk meraih suatu tujuan sebuah perusahaan". Sedangkan menurut *David*, manajemen strategi adalah seni dan ilmu untuk merumuskan, menerapkan, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang dapat memungkinkan organisasi dapat mencapai sebuah tujuan (Yunus, 2016).

Dilihat dari deskripsi di atas, manajemen strategis adalah seperangkat keputusan dan tindakan strategis yang direncanakan oleh seorang pemimpin untuk menentukan kelayakan lembaga di masa depan. Setiap organisasi perlu dapat mengidentifikasi faktor-faktor strategis di dalam dan di luar organisasi (Selian et al., 2021).

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah metode deskriptif atau berbasis ikhtisar untuk menganalisis situasi dan kondisi. Situasi dan kondisi dapat dikelompokkan sesuai dengan kontribusinya dalam analisis ini karena mereka dimasukkan sebagai faktor input. Berdasarkan logika, analisis SWOT dapat secara bersamaan memaksimalkan kekuatan, peluang, dan meminimalkan kelemahan, ancaman (Hamali, 2016). Analisis SWOT memiliki empat faktor, yaitu *strengths* (kekuatan), *weaknesses* (kelemahan), *opportunity* (peluang), dan *threats* (ancaman).

METODE PENELITIAN

Jenis studi kasus dan lapangan (*case and field study*) digunakan oleh penulis dalam penelitian ini. Studi kasus dan penelitian lapangan adalah jenis penelitian di mana karakteristik masalah dari objek yang diteliti terkait dengan keadaan masa lalu dan saat ini. Studi kasus berusaha untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang suatu kasus dengan melakukan penelitian mendalam terhadap suatu topik tertentu (Indriantoro & Supomo, 2002).

Penelitian yang dikenal dengan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif adalah penelitian data yang diperoleh dari objek penelitian dideskripsikan oleh peneliti dalam bentuk kata-kata, bahasa, atau gambar, bukan angka. Selain itu, data diperoleh langsung dari partisipan yang akan dijadikan objek penelitian. Untuk memberikan gambaran tentang penyajian laporan, data pendekatan deskriptif meliputi kata-kata dan bahasa dari sumbernya. Naskah wawancara, catatan lapangan, foto, rekaman video, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan

Pengembangan UMKM Batik Tulis Bakaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Pengrajin Home Industri Batik Tulis Desa Bakaran Wetan

dokumen resmi lainnya semuanya dapat dijadikan sebagai sumber data (Moleong, 2018).

PEMBAHASAN

Analisis matriks IFE

Matriks IFE digunakan untuk mengetahui seberapa besar peranan dan faktor-faktor internal yang terdapat pada perusahaan. Matriks IFE menunjukkan kondisi internal perusahaan berupa kekuatan dan kelemahan yang dihitung berdasarkan rating dan bobot.

Tabel 1. Matriks IFE

| Faktor-Faktor Internal | Bobot | Rating | Bobot X Rating |
|---|-------------|--------|----------------|
| a. Kekuatan | | | |
| 1. Produk batik yang berkualitas | 0,07 | 4 | 0,28 |
| 2. Inovasi motif batik bakaran | 0,06 | 3 | 0,18 |
| 3. Mengikuti acara tertentu sebagai salah satu bentuk promosi batik tulis bakaran | 0,06 | 3 | 0,18 |
| 4. Memiliki tenaga handal dalam pembuatan batik tulis bakaran | 0,06 | 3 | 0,18 |
| 5. Hubungan karyawan yang baik | 0,07 | 4 | 0,28 |
| 6. Hubungan yang baik dengan pesaing | 0,07 | 4 | 0,28 |
| 7. Tempat usaha hak milik sendiri | 0,07 | 4 | 0,28 |
| 8. Kebijakan penjualan yang dapat langsung diputuskan | 0,06 | 3 | 0,18 |
| 9. Harga sesuai dengan kualitas produk | 0,08 | 4 | 0,32 |
| Total | 0,6 | | 2,16 |
| b. Kelemahan | | | |
| 1. Pekerjaan yang tidak sesuai dengan jobdes | 0,07 | 4 | 0,28 |
| 2. Bahan baku yang jauh | 0,06 | 3 | 0,18 |
| 3. Proses produksi yang lama | 0,08 | 4 | 0,32 |
| 4. Strategi promosi yang kurang variatif | 0,06 | 3 | 0,18 |
| 5. Pemilik masih turun langsung selama proses produksi maupun pemasaran | 0,06 | 3 | 0,18 |
| 6. Harga pesaing yang lebih murah | 0,06 | 3 | 0,18 |
| Total | 0,4 | | 1,32 |
| Total | 1,00 | | 3,48 |

Sumber : Data diolah, 2023

Variabel internal kekuatan (*strength*) pada Tabel 1 memiliki skor total 2,16, dan variabel internal kelemahan (*weaknesses*) memiliki skor total 0,76, sehingga total skor 3,48.

Analisis Matriks EFA

Matriks IFE digunakan untuk mengetahui seberapa besar peranan dan faktor-faktor eksternal yang terdapat pada perusahaan. Matriks EFE menunjukkan kondisi eksternal perusahaan berupa peluang dan ancaman yang dihitung berdasarkan rating dan bobot.

Tabel 2. Matriks EFAS

| Faktor-Faktor Eksternal | Bobot | Rating | Bobot X Rating |
|--|------------|--------|----------------|
| a. Peluang | | | |
| 1. Adanya dukungan dari pihak pemerintahan | 0,06 | 3 | 0,18 |
| 2. Banyaknya peminat dari masyarakat sekitar | 0,08 | 4 | 0,32 |
| 3. Hubungan yang baik dengan pemasok | 0,07 | 4 | 0,28 |
| 4. Membuka kesempatan kerja bagi pemasok | 0,07 | 4 | 0,28 |
| 5. Potensi pasar yang cukup luas | 0,07 | 4 | 0,28 |
| 6. Promosi dari mulut ke mulut | 0,07 | 4 | 0,28 |
| 7. Adanya perayaan hari besar menyebabkan permintaan yang meningkat | 0,08 | 4 | 0,32 |
| 8. Tersebarnya agen penjualan | 0,08 | 4 | 0,32 |
| 9. Masukan dari konsumen untuk perbaikan produk kedepannya. | 0,06 | 3 | 0,18 |
| Total | 0,7 | | 2,44 |
| b. Ancaman | | | |
| 1. Perkembangan motif batik tulis bakaran berkaitan dengan pola gaya hidup | 0,05 | 3 | 0,15 |
| 2. Harga bahan baku yang tidak stabil | 0,05 | 3 | 0,15 |
| 3. Persaingan harga yang kompetitif dengan kompetitor | 0,07 | 4 | 0,32 |
| 4. Pengaruh cuaca | 0,08 | 4 | 0,28 |
| 5. Muncul banyaknya pesaing batik tulis bakaran. | 0,06 | 3 | 0,18 |

Pengembangan UMKM Batik Tulis Bakaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Pengrajin Home Industri Batik Tulis Desa Bakaran Wetan

| | | |
|--------------|-------------|-------------|
| Total | 0,3 | 1,08 |
| Total | 1,00 | 3,52 |

Sumber : Data diolah, 2023

Variabel eksternal pada Tabel 2 diketahui memiliki skor total 3,52, dengan peluang memperoleh skor total 2,44 dan ancaman memperoleh skor total 1,08. Seperti yang dapat dilihat dari dua matriks IFAS dan EFAS di atas:

1. Strategi SO = 2,16 + 2,44 = 4,6
2. Strategi WO = 1,32 + 2,44 = 3,76
3. Strategi ST = 2,16 + 1,08 = 3,24
4. Strategi WT = 1,32 + 1,08 = 2,4

Setelah pembuatan matriks IFAS dan EFAS, langkah selanjutnya peneliti akan membuat matriks SWOT.

Tabel 3. Matriks SWOT UMKM Batik Tulis Bakaran Di Desa Bakaran Wetan, Kecamatan Juwana Kabupaten Pati

| | | |
|-------------------------------|---|---|
| Faktor Internal (IFAS) | <ol style="list-style-type: none"> 1. Kekuatan (Strength) 2. Produk batik yang berkualitas. 3. Inovasi motif batik bakaran. 4. Mengikuti acara tertentu sebagai salah satu bentuk promosi batik tulis bakaran. 5. Memiliki tenaga handal dalam pembuatan batik tulis bakaran. 6. Hubungan dengan karyawan yang baik. 7. Hubungan yang baik dengan pesaing. 8. Tempat usaha hak milik sendiri. 9. Kebijakan penjualan yang dapat langsung diputuskan. | Kelemahan (Weaknesses) |
| | | <ol style="list-style-type: none"> 1. Pekerjaan yang tidak sesuai dengan jobdes 2. Bahan baku yang jauh 3. Proses produksi yang lama 4. Strategi promosi yang kurang variatif 5. Pemilik masih turun langsung selama proses produksi maupun pemasaran 6. Harga pesaing ada yang lebih murah |

| | |
|--|--|
| | <p>10. Harga sesuai dengan dengan kualitas produk.</p> |
|--|--|

Faktor Eksternal (EFAS)

| | Strategi ST | Strategi WO |
|---|---|---|
| <p>Peluang (Opportunities)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya dukungan pihak pemerintahan dalam pengembangan UMKM. 2. Banyaknya peminat dari masyarakat sekitar. 3. Hubungan yang baik dengan pemasok. 4. Membuka kesempatan kerja bagi masyarakat sekitar. 5. Potensi pasar yang cukup luas. 6. Promosi yang dilakukan dari mulut ke mulut. 7. Adanya perayaan hari besar menyebabkan permintaan yang meningkat. 8. Tersebarnya agen penjualan. 9. Masukan dari konsumen dalam | <ol style="list-style-type: none"> 1. Diadakannya event-event tahunan 2. Menambah jumlah agen batik tulis bakaran untuk memperluas pasar 3. Memanfaatkan bahan baku semaksimal mungkin. 4. Melakukan inovasi untuk menjaga minat konsumen | <ol style="list-style-type: none"> 1) Melakukan pelatihan untuk pembuatan batik tulis bakaran. 2) Menggunakan media promosi yang menarik minat konsumen. 3) Menjaga kualitas produk batik tulis bakaran. |

Pengembangan UMKM Batik Tulis Bakaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Pengrajin Home Industri Batik Tulis Desa Bakaran Wetan

perbaikan produk untuk kedepannya.

| Ancaman (<i>Threats</i>) | Strategi ST | Strategi WT |
|---|---|---|
| 1. Perkembangan motif batik tulis bakaran berkaitan dengan pola gaya hidup. | 1. Melakukan pengembangan motif batik tulis bakaran. | 1. Lebih aktif dalam memanfaatkan media sosial yang sudah dimiliki. |
| 2. Harga bahan baku yang tidak stabil. | 2. Mencari pemasok yang dapat memenuhi kebutuhan secara stabil. | |
| 3. Persaingan harga yang kompetitif dengan kompetitor. | | |
| 4. Pengaruh cuaca. | | |
| 5. Muncul banyaknya pesaing batik tulis bakaran. | | |

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 3, telah dikembangkan berbagai strategi, mulai dari strategi SO, WO, ST, dan WT. strategi dibuat dengan menggabungkan faktor dari IFAS dan EFAS. Posisi UMKM Batik Tulis Bakaran di Desa Bakaran Wetan Kecamatan Juwana Kabupaten Pati dapat dilihat pada tabel IFAS dan EFAS diatas sebagai berikut :

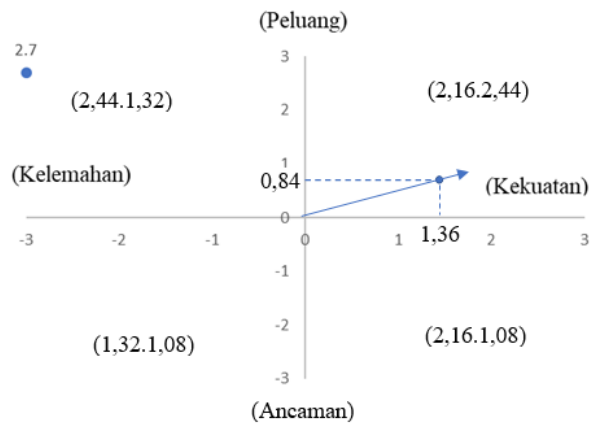
Tabel 4. Posisi UMKM Batik Tulis Bakaran di Desa Bakaran Wetan Kecamatan Juwana Kabupaten Pati

| | IFAS | | EFAS |
|--------------|-------------|--------------|-------------|
| Kekuatan | 2,16 | Peluang | 2,44 |
| Kelemahan | (1,32) | Ancaman | (1,08) |
| Hasil | 0,84 | Hasil | 1,36 |

Sumber : Data diolah, 2023

Posisi UMKM Batik Tulis Bakaran di Desa Bakaran Wetan Kecamatan Juwana Kabupaten Pati mendapatkan skor IFAS 0,84 dan skor EFAS 1,36, seperti terlihat pada tabel 4. Diagram analisis SWOT selanjutnya akan digunakan untuk melihat posisi perusahaan dengan menggunakan hasil skor sebagai berikut:

Diagram 1. Diagram Analisis SWOT UMKM Batik Tulis Bakaran di Desa Bakaran Wetan Kecamatan Juwana Kabupaten Pati



Dari diagram 1 terlihat bahwa lokasi UMKM Batik Tulis Bakaran di Desa Bakaran Wetan Kecamatan Juwana Kabupaten Pati berada pada sel I yang merupakan tempat strategi pertumbuhan dilakukan. Di Desa Bakaran Wetan, Kecamatan Juwana, Kabupaten Pati, diagram di atas menunjukkan bahwa UMKM Batik Tulis Bakaran memiliki strategi yang tepat untuk mendorong anggotanya memanfaatkan berbagai peluang yang dihadirkan oleh kekuatannya. Strategi SO dapat digunakan untuk menunjukkan bahwa strategi tersebut agresif atau terfokus pada pertumbuhan. Berikut yang termasuk strategi SO:

- 1) Diadakannya event-event tahunan
- 2) Menambah jumlah agen batik tulis bakaran untuk memperluas pasar
- 3) Memanfaatkan bahan baku semaksimal mungkin.
- 4) Melakukan inovasi untuk menjaga minat konsumen.

KESIMPULAN

UMKM Batik Bakaran di Desa Bakaran Wetan Kecamatan Juwana Kecamatan Juwana Kabupaten Pati memiliki nilai bobot yang baik pada posisi kekuatan di lingkungan internal dan nilai bobot yang baik pada posisi peluang di lingkungan eksternal, seperti yang ditunjukkan oleh hasil yang diperoleh dari analisis matriks EFAS dan IFAS.

Kesimpulan yang dicapai adalah posisi sel I diagram analisis SWOT UMKM Batik Bakaran di Desa Bakaran Wetan Kecamatan Juwana Juwana Kabupaten Pati menunjukkan bahwa organisasi memiliki peluang dan kekuatan lingkungan untuk mendorong peluang. Strategi SO dapat digunakan untuk menunjukkan bahwa strategi tersebut agresif atau terfokus pada pertumbuhan. Berikut yang termasuk strategi SO:

- 1) Diadakannya event-event tahunan
- 2) Menambah jumlah agen batik tulis bakaran untuk memperluas pasar

Pengembangan UMKM Batik Tulis Bakaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Pengrajin Home Industri Batik Tulis Desa Bakaran Wetan

- 3) Memanfaatkan bahan baku semaksimal mungkin.
- 4) Melakukan inovasi untuk menjaga minat konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Pustaka Yang Berupa Jurnal Ilmiah

- Ariani, A., & Utomo, M. N. (2017). Kajian Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Kota Tarakan. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 13(2), 99–118.
- Dawanto, dan G. A. P. (2015). *Analytical Network Process*. 22(1), 1–10.
- Mubarok, N. (2017). Strategi pemasaran islami dalam meningkatkan penjualan pada Butik Calista. *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics*, 3(1), 73–92.
- Rohmah, U., Kusuma, A. J., & Rohilie, F. (2017). Upaya Pemerintah Dalam Peningkatan Industri Batik Bakaran Di Kabupaten Pati Melalui Program Ekonomi Kreatif. *Jurnal Ilmu Pemerintahan: Kajian Ilmu Pemerintahan Dan Politik Daerah*, 2(2), 119.
- Selian, N., Hudori, A., & Maisyah, M. (2021). Faktor Analisa Lingkungan Internal (Studi Kasus Berdirinya Program Studi Pendidikan Islam Anak Usia Dini di STAIN Bengkalis). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 2(2), 713–729.
- Tahwin, M., Aviv, A., Strategi, M., Usaha, P., Tulis, B., Dengan, L., Swot, A., & Mahmudi, A. A. (2014). *STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BATIK TULIS LASEM DENGAN ANALISIS SWOT (Developing Strategy for Batik Tulis Lasem Industry with SWOT Analysis)*. 1, 58–58.

Pustaka Yang Berupa Judul Buku

- Amirullah. (2015). *Manajemen Strategi: Teori, Konsep, Kinerja*. Mitra Wacana Media.
- Hamali, A. Y. (2016). *Pemahaman Strategi Bisnis & Kewirausahaan*. Prenadamedia Group.
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2002). *Metodologi Penelitian Bisnis: Untuk Akuntansi Dan Manajemen*. BPF.
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Rahin, A. R. D. E. R. (2017). *Manajemen Strategi (1st ed.)*. Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Yunus, E. (2016). *Manajemen Strategis*. Andi Offset.