

Analisis SWOT Sebagai Strategi Pengembangan Usaha Roti Kacang UD Berkah Gemilang Magetan

SWOT Analysis as a Business Development Strategy For Peanut Bread UD Berkah Gemilang Magetan

Moh Roqiqul Azzizi^{1*}, Aloysius Tommy Hendrawan², Erny Untari³

^{1,2,3} Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas PGRI Madiun

E-mail: mohroqiqul_1805103008@mhs.unipma.ac.id¹, atommyhendrawan@unipma.ac.id², erny.untari@unipma.ac.id^{3*}

Disubmit : 29-07-2022; Direvisi: 06-09-2022; Dipublikasikan: 28-12-2022

Abstrak

Penelitian ini dilakukan di UMKM roti UD Berkah Gemilang Magetan. UD Berkah Gemilang merupakan UMKM yang bergerak dalam bidang industri makanan yang produknya adalah roti kacang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi internal serta eksternal yang terjadi didalam UD Berkah Gemilang. Penelitian ini juga menganalisis kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), ancaman (*Threats*) dengan mempertimbangkan *price, product, place, promotion* pada produk roti kacang UD Berkah Gemilang. Penerapan analisis SWOT diharapkan sebagai strategi yang dapat mengembangkan usaha UD Berkah Gemilang Magetan. Penelitian ini/menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, teknik pengumpulan data menggunakan metode narasi data yaitu wawancara, pengamatan, dan dokumentasi. Dari hasil penelitian didapatkan bahwa posisi produk roti kacang berada pada kuadran I yaitu strategi agresif, artinya produk roti kacang diharuskan untuk memaksimalkan kekuatan untuk menghadapi peluang yang besar, dimana memiliki kekuatan besar dan peluang usaha yang luas untuk mengembangkan produknya.

Kata Kunci : place; Price; product; promotion; SWOT

Abstract

This research was conducted at the small and medium size enterprize bakery UD Berkah Gemilang Magetan. UD Berkah Gemilang is an small and medium size enterprize engaged in the food industry whose product is peanut bread. This study aims to determine the internal and external conditions that occur in UD Berkah Gemilang. This study also analyzes Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats by considering price, product, place, promotion in UD Berkah Gemilang peanut bread products. The application of SWOT analysis is expected as a strategy that can develop the business of UD Berkah Gemilang Magetan. This research uses a descriptive method with a qualitative approach, data collection techniques use data narrative methods, namely interviews, observations, and documentation. From the results of the study, it was found that the position of peanut bread products in quadrant I is an aggressive strategy, meaning that peanut bread products are required to maximize strength to face great opportunities, which have great strength and broad business opportunities to develop their products.

Keywords: place; Price; product; promotion; SWOT

PENDAHULUAN

UMKM adalah usaha ekonomi produktif mandiri yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha perorangan. UMKM adalah usaha produktif yang dikelola sebaik mungkin untuk mendukung perkembangan ekonomi di Indonesia, secara makro dan mikro serta mempengaruhi sektor-sektor lain yang bisa berkembang. UMKM merupakan bagian dari ekonomi dan harus lebih meningkatkan daya saing melalui inovasi. Menurut Sari dalam [1] peran UMKM diperlukan untuk meningkatkan perekonomian dengan bantuan dukungan dari pemerintah serta kebijakan pemerintah.

Tujuan didirikan perusahaan yaitu memperoleh laba sebesar mungkin. Suatu perusahaan menginginkan agar hasil penjualan dapat meningkat. Perusahaan yang belum memenuhi permintaan konsumen akan mengalami penurunan jumlah penjualan. Keberhasilan suatu strategi pemasaran perusahaan dipengaruhi beberapa faktor pemasaran yang lebih dikenal sebagai *marketing mix* yang terdiri dari *Price* (harga), *Product* (produk), *Promotion* (promosi), dan *Place* (tempat). Menurut [2] fungsi utama dari marketing sendiri adalah menghasilkan permintaan terhadap produk. Dalam penerapan strategi marketing oleh perusahaan, diperlukan juga sebuah faktor analisis yang berguna untuk mengidentifikasi posisi perusahaan dalam persaingannya dengan kompetitor lain yang sejenis. Menurut Rangkuti dalam [3] Analisis SWOT yaitu pengidentifikasian berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan, analisis ini diperoleh dari logika yang dapat memanfaatkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun bersamaan dapat mengurangi kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).

UD Berkah Gemilang merupakan salah satu sektor bisnis UMKM yang bergerak pada industri segala jenis roti. UD Berkah Gemilang awalnya hanya memproduksi roti ketika ada pesanan saja. Namun sekarang UD Berkah Gemilang sudah berkembang menjadi industri berbagai macam jenis roti salah satunya roti kacang dan berbagai macam makanan roti lainnya. Pada perjalanannya UD Berkah Gemilang tentunya menghadapi berbagai hambatan dan tantangan dalam pelaksanaan usahanya, di antaranya yaitu tempat produksi, kurangnya peralatan produksi, modal dan sumber daya manusia. Dilihat dari segi eksternal, yaitu dari segi persaingan usaha, ada beberapa industri makanan yang menjadi kompetitor bagi UD Berkah Gemilang. Salah satu kompetitor atau pesaing yang bisa dikatakan industri makanan yaitu CV New Tweety.

Menurut Haming & Nurnajamuddin [4] strategi adalah visi umum yang menyatukan organisasi, menyediakan acuan konsistensi untuk pengambilan keputusan, dan akan tetap menjaga perusahaan bergerak pada arah yang besar. Strategi merupakan sebuah alat berupa tindakan yang bersifat penting bagi perusahaan dalam persaingan untuk mencapai tujuan secara efektif dan efisien, dengan memberikan saran terbaik terhadap lingkungan internal dan eksternal serta diperlukan untuk masa kini dan masa selanjutnya [5]. Manajemen strategis ialah saran keputusan dan tindakan yang dibentuk berdasar pada faktor internal dan eksternal suatu usaha untuk mencapai

tujuan jangka panjang [6]. Bauran pemasaran atau Marketing Mix adalah sebuah alat pemasaran yang dapat digunakan oleh organisasi usaha untuk mencapai tujuan pemasaran dalam pasar sasaran [7]. Pengertian bauran pemasaran yaitu perangkat alat atau tindakan pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mengejar tujuan didirikan usaha. Kotler dan Armstrong dalam [8] menjelaskan bahwa bauran pemasaran sebagai perangkat alat pemasaran taktis dan terkontrol yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran. Berikut ini adalah elemen-elemen bauran pemasaran : Produk (*Product*), Harga (*Price*), (*Place*), Promosi (*Promotion*). Dalam manajemen strategi diperlukan proses pengukuran berkesinambungan karena mengidentifikasi kunci sukses dan memberikan target membangun perusahaan [9]. *Benchmarking* adalah pendekatan untuk menemukan praktik industri terbaik dan memberikan kinerja yang baik [10]. Menurut Hery dalam [11] manajemen strategi berperan penting dalam meningkatkan kerja organisasi perusahaan, meningkatkan keuntungan, memperluas pasar, menciptakan keunggulan kompetitif, dan meningkatkan hasil modal untuk para pemegang saham.

Menurut Suryatama dalam [12] analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang diperlukan dalam menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam suatu kegiatan usaha. [13] kekuatan perusahaan adalah faktor pendiri dari dalam suatu usaha antara lain sumber daya, keterampilan, dan keunggulan lain yang berhubungan terhadap kompetitor dan kebutuhan pasar yang dapat dilakukan oleh perusahaan.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan, yaitu penelitian yang data dan informasi diperoleh dari kegiatan di bidang pekerjaan penelitian. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, karena berusaha mengumpulkan data yang ada, berfokus pada upaya mengungkap suatu masalah dan situasi yang ada, diteliti dan dipelajari secara utuh. Studi deskriptif melakukan analisis hanya pada tataran deskriptif, yaitu menganalisis dan menyajikan peristiwa secara sistematis agar lebih mudah dipahami dan disimpulkan.

Studi lapangan ini dilakukan dengan melihat subjek secara langsung di tempat penelitian untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Dalam hal ini, proses penelitian dilakukan di UD Berkah Gemilang.

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah UMKM UD Berkah Gemilang yang bergerak dalam industri makanan. UD Berkah Gemilang memproduksi berbagai macam roti dengan roti kacang dan roti bakpia sebagai produk unggulannya [14]. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sampel adalah bagian dari jumlah

dari karakteristik berdasarkan populasi [15]. Kriteria yang digunakan dalam penentuan sampel UD Berkah Gemilang dengan pengambilan sampel penelitian adalah UMKM yang berlokasi di wilayah Kabupaten Magetan dan subjek yang akan dijadikan responden dalam penelitian yaitu pemilik, kepala produksi, karyawan UD Berkah Gemilang, dan konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Matriks IFAS Dan EFAS

Matriks SWOT adalah tindakan pengambilan keputusan untuk menentukan strategi yang dituju untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang, secara bersamaan dapat mengurangi kelemahan dan ancaman perusahaan [16]. Matriks IFAS (*Matriks Internal Factor Analisis Summary*) adalah ringkasan dan rumusan strategi evaluasi kekuatan dan kelemahan pada area penting perusahaan, serta memberikan dasar untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi hubungan mengembangkan matriks IFE. Matriks *Eksternal Factor Analisis Summary* (EFAS) sama dengan matriks IFAS, untuk memastikan posisi organisasi perusahaan harus menghitung terlebih dahulu bobot (a) dan rating (b) faktor skor serta jumlah perkalian bobot dan rating ($c = axb$) pada setiap faktor O-T. Metode penilaian yaitu memberikan peringkat kekuatan dan peluang mendapatkan peringkat 3 (kuat) atau 4 (sangat kuat). Untuk kelemahan dan ancaman, peringkat 1 (sangat lemah) atau 2 (lemah). Daftar setiap elemen bobot dari 0,00 (tidak penting) hingga 1,0 (semua penting). Jumlah semua bobot harus 1,0.

Matriks IFAS Dan EFAS Produk Roti Kacang

Tabel 1. Matriks IFAS Produk Roti Kacang

Faktor Strategi Internal	Bobot (a)	Rating (b)	Skor (axb)
Kekuatan			
1. Harga roti kacang sesuai dengan rasanya	0,07	4	0,27
2. Harga roti kacang terjangkau oleh masyarakat umum	0,07	3	0,21
3. Kemasan roti kacang menarik & bisa melindungi roti	0,07	4	0,29
4. Roti punya variasi rasa yang enak & bergizi	0,07	4	0,28
5. Produk roti mudah didapatkan di banyak toko area Magetan	0,07	4	0,29
6. Produk roti kacang bisa dipesan secara <i>online</i>	0,07	3	0,20
7. Informasi tentang roti kacang berasal dari saudara / teman	0,06	3	0,18
8. Ada iklan tentang roti kacang di <i>broadcast</i> / poster / baliho	0,06	3	0,19
Total Kekuatan	0,54		1,92
Kelemahan			
1. Harga produk bervariasi (berubah-ubah)	0,05	3	0,16
2. Harga produk tidak sesuai dengan kualitas rasanya	0,06	3	0,18
3. Roti kacang cepat kedaluarsa / mudah berjamur (rusak)	0,06	3	0,17
4. Bentuk kemasan kurang menarik	0,06	3	0,18
5. Distribusi produk hanya sebatas toko kecil di area Magetan	0,06	3	0,17
6. Produk roti kacang tidak terdapat pada <i>display</i> swalayan / toko besar di area Magetan	0,06	3	0,17

Faktor Strategi Internal	Bobot (a)	Rating (b)	Skor (axb)
7. Ada promosi yang dilakukan tetapi kurang menarik konsumen	0,06	3	0,17
8. Promosi roti kacang tidak dilakukan dalam skala besar / secara kontinyu	0,06	3	0,17
Total Kelemahan	0,46		1,37
Total	1,00		3,28

Tabel 2. Matriks EFAS Produk Roti Kacang

Faktor Strategi Eksternal	Bobot (a)	Rating (b)	Skor (axb)
Peluang			
1. Pertumbuhan ekonomi setelah pandemi akan menurunkan harga produk	0,06	3	0,19
2. Persaingan harga dengan roti pesaing juga akan membuat penurunan harga produk	0,06	3	0,19
3. Cukup banyak penyedia bahan baku yang murah dan berkualitas setelah pandemi	0,06	3	0,19
4. Produk roti kacang dituntut untuk lebih variatif dibanding produk pesaing dalam variasi rasa, bentuk maupun kemasan	0,07	4	0,27
5. Distribusi produk ke berbagai area sekitar Magetan akan semakin lancar setelah pandemi	0,07	4	0,27
6. Banyak pedagang / toko akan menjalin kerjasama untuk memasarkan produk di luar daerah Magetan	0,07	3	0,20
7. Pemanfaatan media <i>broadcast</i> untuk promosi dengan harga bersaing mudah untuk didapatkan	0,07	3	0,20
8. Media sosial bisa dimanfaatkan sebagai sarana murah untuk promosi	0,07	4	0,27
Total Peluang	0,52		1,76
Ancaman			
1. Harga roti kacang menyesuaikan kenaikan harga bahan baku	0,06	4	0,26
2. Harga pesaing lebih murah dengan kualitas rasa yang tidak jauh berbeda	0,06	3	0,17
3. Terdapat pesaing dengan kualitas rasa yang lebih enak	0,06	3	0,18
4. Terdapat pesaing dengan bentuk dan kemasan yang lebih menarik	0,06	3	0,18
5. Belum adanya permintaan distribusi produk ke luar area Magetan	0,06	4	0,24
6. Produk pesaing sudah ada pada <i>display</i> swalayan / toko-toko besar di area Magetan	0,06	4	0,22
7. Reputasi merk produk pesaing	0,06	2	0,12
8. Produk pesaing gencar melakukan promosi lewat media <i>online / offline</i>	0,06	3	0,18
Total Ancaman	0,48		1,56
Total	1,00		3,32

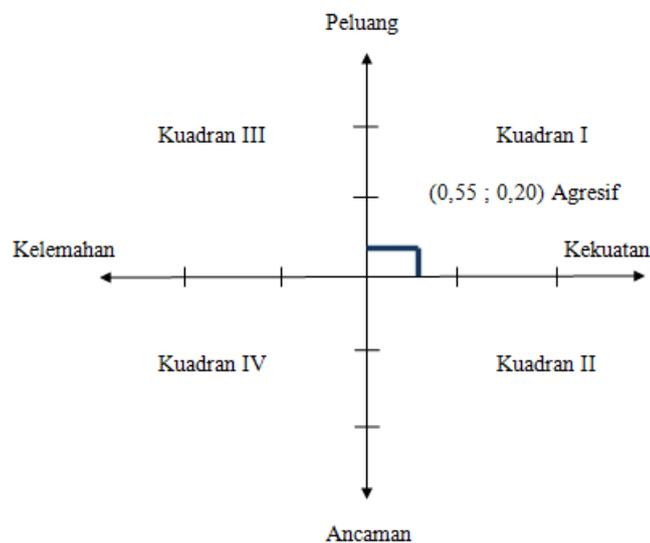
Hasil total skor berbobot internal roti kacang adalah sebesar 3,28 dengan skor kekuatan sebesar 1,92 dan skor kelemahan sebesar 1,37 maka dapat dikatakan bahwa posisi UD Berkah Gemilang berada pada posisi yang internal yang kuat karena kondisi atau posisi internal perusahaan diatas rata-rata skor. Berdasarkan hasil skor faktor eksternal sebesar 3,32 dengan skor peluang sebesar 1,76 dan skor ancaman sebesar

1,56. Disamping memanfaatkan peluang UD Berkah Gemilang juga harus memperhatikan ancaman roti kacang dari luar perusahaan dan kompetitor yang mereka hadapi. Skor masing-masing kekuatan tersebut memiliki nilai skor paling tinggi sebesar 0,29. Skor faktor kekuatan tersebut adalah kemasan roti kacang menarik dan cenderung bisa melindungi roti sehingga tidak mudah rusak. Produk roti kacang juga mudah didapatkan di banyak toko area Magetan.

Kelemahan besar yang dimiliki UD Berkah Gemilang pada nilai skor sebesar 0,18 antara lain harga produk tidak sesuai dengan kualitas rasanya. Hal tersebut terjadi karena produk bolu di area area pinggiran dan toko kecil tidak terlalu memperhatikan penyimpanan produk, hal ini menyebabkan produk mudah rusak dan berpengaruh pada rasanya. Kelemahan lainnya adalah bentuk kemasan kurang menarik. Untuk kelemahan yang memiliki skor rendah 0,16 adalah harga produk bervariasi (berubah-ubah) karena harga produk roti kacang masih cenderung terkontrol.

Analisis Kuadran SWOT

Dalam mengidentifikasi peluang dan ancaman perusahaan yang dibandingkan dengan kekuatan dan kelemahan untuk mengetahui posisi kehidupan perusahaan dalam bersaing, dapat dirumuskan dengan menggunakan diagram SWOT seperti pada Gambar 1 yang mengidentifikasi posisi perusahaan dalam empat kuadran. Berdasarkan hasil analisis diagram SWOT dapat diketahui sumbu X dan Y diatas menunjukkan titik koordinat produk roti kacang pada posisi kuadran I. Kuadran I adalah situasi yang menguntungkan bagi produk roti kacang UD Berkah Gemilang karena memiliki kekuatan dan peluang yang perlu dikembangkan serta dimanfaatkan. Posisi kuadran I memiliki arti bahwa kondisi produk roti kacang dalam posisi usaha yang kuat sehingga sangat dimungkinkan untuk memperbesar usaha produknya secara maksimal, dimana memiliki bobot nilai yang baik dalam lingkungan internal dan nilai yang baik pada eksternal. UD Berkah Gemilang memiliki kekuatan dan peluang yang dikembangkan untuk meningkatkan usaha mereka.



Gambar 1. Kuadran Produk Roti Kacang

Hasil analisis SWOT dari produk roti kacang bahwa berada pada kondisi kekuatan yang bagus dan peluang usaha yang besar. Posisi roti kacang berada pada posisi kuadran I. Kuadran I adalah situasi yang menguntungkan bagi produk roti kacang UD Berkah Gemilang karena memiliki kekuatan dan peluang yang perlu dikembangkan serta dimanfaatkan. Posisi kuadran I memiliki arti bahwa kondisi produk roti kacang dalam posisi usaha yang kuat sehingga sangat dimungkinkan untuk memperbesar usaha produknya secara maksimal. Dimana memiliki bobot nilai yang baik dalam lingkungan internal dan nilai yang baik pada eksternal. UD Berkah Gemilang memiliki kekuatan dan peluang yang dikembangkan untuk meningkatkan usaha mereka. Jadi Strategi dalam mengembangkan usaha produk roti kacang adalah:

1. Menentukan harga produk dengan mempertimbangkan keadaan pasar
2. Memberikan harga produk sesuai rata-rata
3. Membuat kemasan yang menarik dengan memperhatikan kualitas produk
4. Mempertahankan cipta rasa khas produk
5. Menawarkan produk dan menjalin kerjasama dengan agen diluar area Magetan
6. Pendistribusian produk dapat dilakukan secara *online*
7. Memanfaatkan karyawan untuk memperatahkan reputasi produk
8. Konsisten dalam melakukan promosi

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa produk roti kacang berada pada kondisi kekuatan yang bagus dan peluang usaha yang besar. Posisi roti kacang berada pada posisi kuadran I. Situasi yang menguntungkan bagi produk roti kacang UD Berkah Gemilang karena memiliki kekuatan dan peluang yang perlu dikembangkan serta dimanfaatkan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]N. F. Wijayaningsih, E. P. Purnomo, A. T. Fathani, and L. Salsabila, "Analisis Program Bantuan Presiden Produktif Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Pada Masa Pandemi Covid-19 Kabupaten Sleman Yogyakarta," *J. Wacana Kinerja Kaji. Prakt. Kinerja dan Adm. Pelayanan Publik*, vol. 24, no. 2, p. 98, 2021, doi: 10.31845/jwk.v24i2.706.
- [2]Philip Kotler, "Mulai dari Produk ke Pelanggan ke Human Spirit," *Jakarta : Penerbit Erlangga*, p. 165, 2010.
- [3]A. M. I. Astuti and S. Ratnawati, "Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100)," *J. Ilmu Manaj.*, vol. 17, no. 2, pp. 58–70, 2020.
- [4]M. Haming & M. Nurnajamuddin, "Manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur dan Jasa," *Jakarta Bumi Aksara*, 2022.
- [5]A. Qanita, "Analisis Strategi Dengan Metode Swot Dan Qspm (Quantitative Strategic Planning Matrix): Studi Kasus Pada D'Gruz Caffe Di Kecamatan Bluto Sumenep," *Komitmen J. Ilm. Manaj.*, vol. 1, no. 2, pp. 11–24, 2020, doi: 10.15575/jim.v1i2.10309.
- [6]H. Hefniy and R. N. Fairus, "Manajemen Strategi Dalam Meningkatkan Mutu Pelayanan Kepegawaian," *Al-Tanzim J. Manaj. Pendidik. Islam*, vol. 3, no. 1, pp. 169–197, 2019, doi: 10.33650/al-tanzim.v3i1.517.
- [7]Freddy Rangkuti, "Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis," *Jakarta PT Gramedia*

- Pustaka Utama*, 2002, doi: 10.21776/ub.industria.2017.006.02.6.
- [8]A. Mas'ari, M. I. Hamdy, and M. D. Safira, "Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion) pada PT. Haluan Riau," *J. Tek. Ind. J. Has. Penelit. dan Karya Ilm. dalam Bid. Tek. Ind.*, vol. 5, no. 2, p. 79, 2020, doi: 10.24014/jti.v5i2.8997.
- [9]S. Nasution and R. Trisnayanti, "Strategi Pemasaran Kopi Lokal Bengkulu : SWOT , BCG dan Benchmarking (Studi Kasus : Kopi 1001)," *J. Ekon. Manaj. Akuntansi dan Keuang.*, vol. 2, no. 3, pp. 263–271, 2021.
- [10]A. D. Artanti, I. Y. Rohayati, I. N. K, and M. Pd, "Perancangan Perbaikan Aktivitas Pemasaran Pada Instagram Usaha Nona Manis Menggunakan Metode Benchmarking dan Analytical Hierarchy Process (AHP)," *e-Proceeding Eng.*, vol. 8, no. 2, pp. 2271–2277, 2021.
- [11]M. Andika, *Penerapan Analisis Swot Sebagai Strategi Pengembangan PT Al Mucthar Tour dan Travel dalam Perspektif Ekonomi Islam*. 2020.
- [12]M. D. Anggraini, A. Muhtarom, and N. Safaatillah, "Implementasi Strategi Pemasaran Dengan Menggunakan Analisis Swot Dalam Meningkatkan Penjualan Dan Pendapatan Pada Ud. Yoga Putra Bangkit Sambeng Lamongan," *J. Manaj.*, vol. 4, no. 2, p. 963, 2019, doi: 10.30736/jpim.v4i2.253.
- [13]E. S. Ciamas, F. Yonggo, Yuliana, D. Anggraini, and W. Vincent, "Analisis SWOT Produk Deposito Pada PT. Bank Mestika Dharma Tbk Cabang Pembantu Setiabudi," *J. Ilm. Kohesi*, vol. 3, no. 3, pp. 1–5, 2019.
- [14]M. F. Alamsyah and W. Malanua, "Pengaruh Investment Opportunity Set, Corporate Social Responsibility, Dan Risiko Bisnis Terhadap Nilai Perusahaan," *J. Fokus Manaj. Bisnis*, vol. 11, no. 2, p. 154, 2021, doi: 10.12928/fokus.v11i2.4228.
- [15]Rossa & Fitri Laras, "Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan Dan Minat Berwirausaha Terhadap Motivasi Untuk Menjadi Young Entrepreneur Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang," *Fak. Ekon. dan Bisnis Islam. Islam Negeri Walisongo*, vol. 2, no. 7, pp. 38–42, 2018.
- [16]Dori and M. Afuan, "Analisis Strategi Pemasaran Cafe Dapoer Enha Sago Kabupaten Pesisir Selatan Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM," *J. Manaj. Pendidik. dan Ilmu Sos.*, vol. 1, no. 2, pp. 506–515, 2020, doi: 10.38035/JMPIS.