



ANALISIS SWOT DAN STRATEGI PEMASARAN: STUDI PADA PERCETAKAN KOPA

A. Jusmatang¹, Hanatuo², A. Didi Yuspin^{3*}, Otong Karyono⁴

^{1,2,3,4}Institut Agama Islam Negeri Bone, Indonesia

*Email penulis koresponden: didiyuspin6@gmail.com

Riwayat Artikel

Submitted:
20 Januari 2024
Accepted:
29 Juni 2024
Published:
30 Juni 2024

Abstrak

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi dan bisnis. Salah satunya adalah usaha Percetakan Kopa yang ada di Bone. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis SWOT yang komprehensif pada usaha percetakan, dengan fokus pada usaha Percetakan Kopa. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode yang dilakukan adalah dengan menganalisis lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) perusahaan yang menjadi dasar untuk melakukan analisis SWOT. Berdasarkan hasil analisis SWOT dengan mengidentifikasi kondisi lingkungan internal dan eksternal pada usaha Percetakan Kopa menunjukkan bahwa usaha ini berada pada posisi kuadran I yang berarti usaha ini berada situasi yang sangat menguntungkan untuk melakukan strategi agresif. Selanjutnya, hasil dari analisis internal dan eksternal bisnis menunjukkan kombinasi strategi *strenghts* (S) dan *opportunities* (O) dengan nilai tertinggi sebesar 4,41 sehingga strategi SO dengan cara pemanfaatan infrastruktur, pelatihan karyawan, kemitraan strategis dan melakukan monitoring tren pasar dapat digunakan agar dapat tetap bersaing dan berkembang serta memberikan keunggulan kompetitif dalam lingkungan bisnis yang dinamis.

Kata kunci: Analisis SWOT, Strategi Pemasaran, Percetakan Kopa.

Jurnal **DIALOGIKA**
diterbitkan oleh
Program Studi
Magister Ilmu
Administrasi, Fakultas
Pascasarjana,
Universitas Majalengka

Abstract

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) have an important role in economic and business growth. One of them is the Kopa Printing business in Bone. This research aims to conduct a comprehensive SWOT analysis of the printing business, with a focus on the Kopa Printing business. The data analysis method used in this research is descriptive with a qualitative approach. The method used is to analyze the company's internal (strengths and weaknesses) and external (opportunities and threats) environment which is the basis for conducting a SWOT analysis. Based on the results of the SWOT analysis by identifying the internal and external environmental conditions of the Kopa Printing business, it shows that this business is in quadrant I position, which means this business is in a very favorable situation for carrying out aggressive strategies. Furthermore, the results of internal and external business analysis show a combination of strengths (S) and opportunities (O) strategies with the highest value of 4.41 so that the SO strategy by utilizing infrastructure, employee training, strategic partnerships and monitoring market trends can be used to achieve success. remain competitive and develop and provide competitive advantages in a dynamic business environment.

Keywords: SWOT Analysis, Marketing Strategy, Kopa Printing

PENDAHULUAN

Bone merupakan salah satu kota yang mengalami pertumbuhan pesat di sektor ekonomi dan bisnis. Hal ini terbukti dengan data dari Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) Kabupaten Bone yang mencatat adanya 60.000 unit usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di

Bone pada tahun 2023. Angka ini meningkat sebesar 10% dibandingkan tahun 2022 yang tercatat sebanyak 54.600 unit usaha. Dari jumlah tersebut, 98% merupakan usaha mikro, 1,5% usaha kecil, dan 0,5% usaha menengah. Sektor yang paling dominan dijalankan oleh UMKM Bone adalah sektor perdagangan (45%), diikuti oleh sektor jasa (35%), dan sektor industri (20%). Pada tahun 2023, UMKM Bone memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), mencapai Rp2,7 triliun, atau sekitar 30% dari total PDB Bone, serta menyerap tenaga kerja sebanyak 120.000 orang. Data ini menunjukkan bahwa potensi bisnis UMKM di Bone memiliki dampak positif yang besar terhadap perekonomian daerah.

Salah satu usaha yang bergerak dalam sektor jasa adalah usaha percetakan. Usaha percetakan memegang peran penting dalam mendukung berbagai sektor, seperti pendidikan, pemerintahan, dan industri. Untuk menghadapi dinamika pasar yang terus berkembang, pemahaman mendalam tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) merupakan landasan strategis dalam mengelola usaha percetakan sebagai respon terhadap perubahan yang cepat di sekitarnya, diperlukan strategi pemasaran yang tepat agar usaha percetakan dapat tetap relevan dan berdaya saing. Analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats* (SWOT) adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk menentukan strategi perusahaan (Amin, 2016; Sudrajat et al., 2018; Kamaludin et al., 2024). Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Analisis SWOT adalah analisa yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (Strength) dan peluang (Opportunity), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weakness) dan ancaman (Threats) (Villatus, 2021; Chairunnisa et al., 2022 ; Sudiro & Ruslim, 2023; Sulasmi et al., 2021). Jadi dalam proses pengambilan keputusan dengan cara ini manajemen harus mengkaitkan dengan tujuan, strategi dan kebijakan yang telah ditetapkan dalam perusahaan. Dalam prinsip SWOT terdapat lingkungan internal yaitu kekuatan dan kelemahan dan lingkungan eksternal yaitu peluang dan ancaman yang digunakan untuk menetapkan perumusan perencanaan dalam upaya penetapan strategi dalam jangka panjang. Dalam analisis SWOT ini menganalisis adanya dua faktor lingkungan bisnis, dimana lingkungan itu berupa (1) Lingkungan internal merupakan faktor yang ada dalam perusahaan yang dipengaruhi oleh kekuatan dan kelemahan. Faktor ini berkaitan dengan suatu kondisi didalam perusahaan, dimana dipengaruhi oleh terbentuknya pembuatan keputusan perusahaan. (2) Lingkungan eksternal merupakan faktor yang ada diluar perusahaan yang dipengaruhi peluang dan ancaman. Faktor ini berkaitan dengan kondisi diluar perusahaan dimana akan mempengaruhi pembuatan keputusan perusahaan.

Penggambaran matriks yaitu bagaimana peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal perusahaan diantisipasi oleh kekuatan dan kelemahan dari lingkungan internal perusahaan. Matriks SWOT akan mempermudah merumuskan berbagai strategi. Pada dasarnya alternatif strategi yang diambil dan diarahkan pada usaha-usaha untuk menggunakan kekuatan dan memperbaiki kelemahan, memanfaatkan peluang-peluang bisnis serta mengatasi ancaman yang ada, sehingga matriks SWOT tersebut akan memperoleh empat kelompok alternatif strategi yang disebut Strategi SO, strategi ST, strategi WO dan strategi WT (Zunaidi & Natalina, 2021; Kamaludin, 2022; Faujiah et al., 2023).

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis SWOT yang komprehensif pada usaha percetakan, dengan fokus pada usaha Percetakan Kopa. Melalui pemahaman yang mendalam terhadap faktor internal dan eksternal yang memengaruhi operasional percetakan, sehingga dapat ditemukan strategi pemasaran yang efektif untuk mengoptimalkan kinerja bisnis. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap pemahaman tentang dinamika usaha percetakan di Bone khususnya percetakan kopa dan menjadi sumber informasi berharga bagi pemangku kepentingan dalam mengambil keputusan strategis guna meningkatkan daya saing bisnis percetakan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis *field research*. Jenis penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena sosial dari sudut pandang orang-orang yang terlibat dalam fenomena tersebut. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus dengan cara mempelajari secara mendalam satu kasus. Studi kasus dilakukan pada usaha Percetakan Kopa yang berada di kota Watampone.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode yang dilakukan adalah dengan menganalisis lingkungan internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) perusahaan yang menjadi dasar untuk melakukan analisis SWOT. Analisis SWOT dilakukan melalui matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE) yang akan menguraikan faktor-faktor kekuatan terbesar dan kelemahan perusahaan dan matriks *Eksternal Factor Evaluation* (EFE) yang akan menguraikan faktor-faktor peluang dan ancaman yang dimiliki perusahaan dan matriks *Internal External* (IE) yang menunjukkan dimana posisi perusahaan saat ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil UMKM *Circle Store*

Identifikasi Faktor Internal.

Faktor internal digunakan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan dari produk yang dihasilkan oleh Percetakan Kopa. Berikut perumusan identifikasi dari faktor internal.

Tabel 1. Pernyataan Kekuatan

Kekuatan(<i>Strenghts</i>)
1. Kualitas cetakan yang tinggi dan akurat
2. Layanan cepat dan efisien untuk pelanggan
3. Perangkat cetak dan peralatan terkini yang memberikan hasil yang berkualitas
4. Tim karyawan yang berpengalaman dan terampil
5. Jangkauan geografis yang luas dalam mencakup pelanggan

Tabel 2. Pernyataan Kelemahan

Kelemahan(<i>Weaknesses</i>)
1. Ketergantungan pada satu atau beberapa pemasok utama bahan baku percetakan.
2. Kapasitas cetak yang terbatas.
3. Pelayanan terhadap pelanggan yang kurang responsif.
4. Keterbatasan dalam variasi produk atau layanan yang ditawarkan.

5. Keterbatasan dalam variasi produk

Identifikasi Faktor Eksternal.

Faktor eksternal digunakan untuk mengetahui peluang dan ancaman yang dihadapi oleh Percetakan Kopa. Berikut perumusan identifikasi dari faktor eksternal:

Tabel 3. Pernyataan Peluang

Peluang(<i>Opportunities</i>)
1. Permintaan yang terus meningkat untuk layanan cetak dan fotokopi di daerah sekitar.
2. Peluang untuk memperluas jangkauan layanan melalui kerjasama dengan bisnis lokal, seperti sekolah, kantor, atau tempat usaha lainnya.
3. Pengenalan produk baru, seperti cetakan digital atau layanan penerbitan online.
4. Penawaran layanan cetak khusus atau unik, seperti cetak merchandise, nametag, sertifikat dan lain-lain
5. Penawaran desain grafis untuk membuat cetakan lebih kreatif dan menarik, sehingga dapat menarik lebih banyak pelanggan

Tabel 4. Pernyataan Ancaman

Ancaman(<i>Threat</i>)
1. Persaingan dari percetakan lain di sekitar bisa mempengaruhi bisnis
2. Pergeseran ke dokumen digital dapat mengurangi permintaan untuk cetakan fisik.
3. Kenaikan harga bahan baku dapat memengaruhi keuntungan
4. Gangguan teknis atau pemadaman listrik bisa menghentikan operasional
5. Peraturan pemerintah yang berpotensi mempengaruhi operasional bisnis cetak

Hasil penyebaran angket diolah untuk mendapatkan nilai bobot dan rating faktor internal dan eksternal dengan melakukan identifikasi untuk mendapatkan nilai bobot dan rating *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) dan *External Factor Analysis Summary* (EFAS).

Bobot Faktor Internal

Tabel 5. Hasil Perhitungan Bobot Faktor Internal

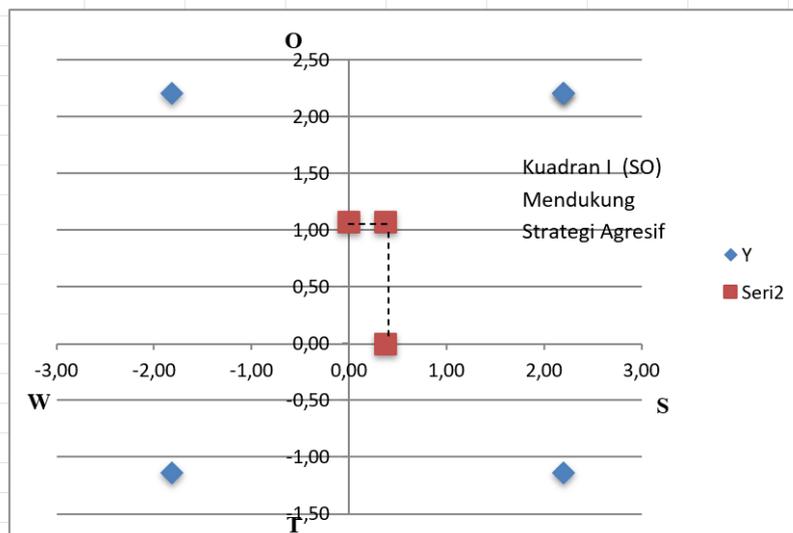
Pernyataan	1	2	3	4	5	Jumlah	Bobot	Rating	Skor Bobot
Peluang									
1	4	5	3	5	4	21	0,12	4	0,48
2	4	4	4	5	4	21	0,12	4	0,48
3	4	3	4	4	4	19	0,10	4	0,43
4	4	3	4	3	4	18	0,10	4	0,41

5	4	3	4	3	4	18	0,10	4	0,41
Sub Total									2,21
Ancaman									
1	2	4	3	4	3	16	0,10	3	0,23
2	3	4	3	4	2	20	0,10	3	0,23
3	2	2	4	4	4	21	0,08	3	0,23
4	2	2	1	4	4	18	0,08	3	0,22
5	4	2	2	4	5	20	0,10	3	0,23
Sub Total									1,14
Total EFE						175	1		3.35

Bobot Faktor Eksternal

Tabel 6. Hasil Perhitungan Bobot Faktor Eksternal

Pernyataan	1	2	3	4	5	Jumlah	Bobot	Rating	Skor Bobot
Kekuatan									
1	4	5	4	5	5	23	0,12	5	0,58
2	5	4	4	4	4	21	0,11	4	0,42
3	5	5	4	3	4	21	0,11	4	0,42
4	4	3	3	4	4	18	0,09	4	0,36
5	4	5	4	4	4	21	0,10	4	0,42
Sub Total									2,2
Kelemahan									
1	3	3	3	3	4	16	0,08	3	0,24
2	4	4	4	4	4	20	0,10	4	0,40
3	5	4	4	4	4	21	0,10	4	0,42
4	4	3	3	4	4	18	0,09	4	0,36
5	4	4	4	4	4	20	0,10	4	0,40
Sub Total									1,82
TotalIFE						199	1		4,02



Gambar 1.
Grafik Analisis SWOT

Berdasarkan analisis grafik SWOT di atas, strategi pemasaran usaha percetakan dan Alat Tulis Kantor (ATK) pada Percetakan Kopa Bone berada pada posisi kuadran 1. Posisi kuadran ini mengindikasikan bahwa usaha ini dalam posisi pertumbuhan dan membangun (*grow and built*).

Tabel 7. Matrix Grand Strategi

Internal	<p>Strenght (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas cetakan yang tinggi dan akurat. 2. Layanan cepat dan efisien untuk pelanggan. 3. Perangkat cetak dan peralatan terkini yang memberikan hasil yang berkualitas. 4. Tim karyawan yang berpengalaman dan terampil. 5. Jangkauan geografis yang luas dalam mencakup pelanggan. 	<p>Weakness (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ketergantungan pada satu atau beberapa pemasok utama bahan baku percetakan. 2. Kapasitas cetak yang terbatas. 3. Pelayanan terhadap pelanggan yang kurang responsif. 4. Keterbatasan dalam variasi produk atau layanan yang ditawarkan. 5. Keterbatasan dalam variasi produk
Eksternal	<p>Opportunities (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Permintaan yang terus meningkat untuk layanan cetak dan fotokopi di daerah sekitar. 2. Peluang untuk memperluas jangkauan layanan melalui kerjasama dengan bisnis lokal, seperti sekolah, kantor, atau tempat usaha lainnya. 3. Pengenalan produk baru, seperti cetakan digital atau layanan penerbitan online. 	<p>Threat (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan dari percetakan lain di sekitar bisa mempengaruhi bisnis kami. 2. Pergeseran ke dokumen digital dapat mengurangi permintaan untuk cetakan fisik. 3. Kenaikan harga bahan baku dapat memengaruhi keuntungan kami

	<p>4. Penawaran layanan cetak khusus atau unik, seperti cetak merchandise, nametag, sertifikat dan lain-lain</p> <p>Penawaran desain grafis untuk membuat cetakan lebih kreatif dan menarik, sehingga dapat menarik lebih banyak pelanggan.</p>	<p>4. Gangguan teknis atau pemadaman listrik bisa menghentikan operasional kami.</p> <p>5. Peraturan pemerintah yang berpotensi mempengaruhi operasional bisnis cetak</p>
	<p style="text-align: center;">Strategi (S-O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kapasitas untuk mengakomodasi pertumbuhan permintaan cetak dan fotocopy di daerah sekitar dengan tetap mempertahankan kualitas terbaik cetakan. 2. Menjalinkan kemitraan strategis dengan sekolah, kantor, dan bisnis lokal lainnya untuk menyediakan layanan cetak dan fotokopi. 3. Mengembangkan layanan cetak digital yang lebih inovatif dan responsif terhadap tren pasar. 4. Mempromosikan layanan cetak khusus atau unik lainnya seperti <i>merchandise</i>, <i>name tag</i>, sertifikat sebagai poin penjualan utama 5. Mengembangkan tim desain grafis dan menawarkan layanan desain grafis sebagai tambahan untuk meningkatkan daya tarik produk cetakan 	<p style="text-align: center;">Strategi (W-O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mencari pemasok alternatif dan menjalin hubungan yang kerjasama yang baik. 2. Meningkatkan kapasitas cetak untuk mengakomodasi permintaan yang terus meningkat 3. Mengimplementasikan sistem yang lebih responsive terhadap kebutuhan pelanggan dan memberikan pelatihan kepada tim pelayanan untuk meningkatkan responsivitas. 4. Mengidentifikasi produk atau layanan baru dan memperluas portofolio produk. 5. Meningkatkan penawaran desain grafis untuk menciptakan desain yang lebih kreatif.
	<p style="text-align: center;">Strategi (S-T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengembangkan sistem layanan yang lebih efisien untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan menawarkan layanan tambahan atau paket berbasis layanan pelanggan untuk bersaing secara lebih efektif dengan pesaing di sekitar. 2. Mengeksplorasi pasar baru atau memperluas jangkauan geografis untuk mengurangi risiko dari potensi perubahan regulasi pemerintah 3. Berinvestasi dalam penelitian dan pengembangan untuk memperkenalkan teknologi cetak digital dan menciptakan keunggulan kompetitif di era dokumen digital. 	<p style="text-align: center;">Strategi (W-T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menerapkan sistem manajemen pelanggan (CRM) untuk meningkatkan responsivitas dan kualitas pelayanan pelanggan. 2. Meningkatkan portofolio produk dan layanan dengan diversifikasi untuk menciptakan keunggulan kompetitif. 3. Mengadaptasi diri terhadap tren digital dengan menawarkan layanan digital dan solusi cetak digital. 4. Menegosiasikan kontrak jangka panjang dengan pemasok bahan baku untuk menstabilkan biaya dan

	<p>4. Membangun kemitraan strategis dengan pemasok bahan baku untuk mengatasi potensi kenaikan harga dan memitigasi dampaknya terhadap keuntungan</p> <p>5. Menyelenggarakan pelatihan reguler dan program pengembangan untuk karyawan agar dapat mengatasi gangguan teknis atau pemadaman listrik dengan lebih cepat dan efisien.</p>	<p>mengurangi dampak kenaikan harga.</p> <p>5. Melakukan investasi dalam sistem cadangan dan keamanan data untuk menjaga kelancaran operasional dan melindungi dari gangguan teknis atau pemadaman listrik.</p>
--	--	---

Tabel 8. Rumusan Kombinasi Matrix Strategi

IFAS \ EFAS	Strengths (S)	Weaknesses (W)
Opportunities (O)	Strategi (SO) $2,20 + 2,21 = 4,41$	Strategi (ST) $2,20 + 1,14 = 3,34$
Threats (T)	Strategi (WO) $1,82 + 2,21 = 4,03$	Strategi (WT) $1,82 + 1,14 = 2,96$

Pada tabel 4 di atas menunjukkan bahwa kombinasi antara *strengths* (S) dan *opportunities* (O) memiliki nilai tertinggi dari kombinasi lainnya. Hal ini bermakna bahwa strategi yang bisa diterapkan adalah strategi *Strengths Opportunities* (SO).

Analisis Hasil Matriks SWOT

Hasil analisis SWOT yang terdapat pada gambar 1 menunjukkan bahwa usaha Percetakan Kopa Watampone berada di kuadran I (pertama). Hal ini menandakan bahwa usaha tersebut berada posisi *grow and built*. Artinya percetakan Kopa memiliki kekuatan internal yang signifikan dan dapat memanfaatkan peluang eksternal dengan baik untuk mencapai pertumbuhan dan kesuksesan. Pada posisi ini maka diperlukan strategi yang tepat untuk menghasilkan kinerja lebih baik dalam jangka panjang. Adapun pada tabel 4 menunjukkan nilai tertinggi sebesar 4,41, maka strategi yang tepat digunakan adalah kombinasi *Strengths Opportunities* (SO). Strategi ini berfokus untuk memaksimalkan kekuatan yang dimiliki dan memperhatikan semua peluang pasar.

Pada usaha Percetakan Kopa penting untuk mengoptimalkan beberapa strategi yakni. *Pertama*, pemanfaatan infrastruktur yang kuat menjadi sangat penting untuk mendukung pertumbuhan permintaan cetak dan fotokopi. Memiliki infrastruktur yang handal, seperti mesin cetak modern dan sistem digital yang canggih, dapat mengakomodasi pertumbuhan permintaan dengan tetap mempertahankan kualitas. *Kedua*, pelatihan karyawan khususnya yang terkait dengan teknologi baru dalam industri percetakan. Karyawan yang terlatih dapat mengoptimalkan penggunaan peralatan canggih dan merespons perubahan dalam preferensi pelanggan, termasuk permintaan atas produk percetakan yang inovatif seperti layanan desain grafis dan sebagainya.

Ketiga, mempertahankan kemitraan strategis dengan sekolah, kantor, dan bisnis lokal dengan menawarkan layanan cetak yang beragam. Kemitraan ini dapat membantu meningkatkan jangkauan bisnis dan mendiversifikasi pelanggan, serta menciptakan sinergi yang saling menguntungkan. *Keempat*, melakukan monitoring terus-menerus terhadap tren pasar dan perkembangan teknologi menjadi bentuk adaptasi yang harus dilakukan. Dengan memahami perubahan dalam perilaku pasar dan mengadopsi teknologi terkini, Percetakan Kopa dapat menyesuaikan strategi secara proaktif. Meskipun berada pada kuadran I dan menggunakan strategi SO, Percetakan Kopa tetap perlu mempertimbangkan tantangan dan risiko yang mungkin terjadi. Oleh karena itu, perencanaan strategis yang cermat dan implementasi yang baik diperlukan untuk mengoptimalkan potensi kesuksesan di kuadran ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis SWOT dengan mengidentifikasi kondisi lingkungan internal dan eksternal pada usaha Percetakan Kopa, maka dapat diambil kesimpulan bahwa usaha ini berada pada posisi kuadran I yang berarti usaha ini berada di situasi yang sangat menguntungkan untuk melakukan strategi agresif. Selanjutnya, hasil dari analisis internal dan eksternal bisnis menunjukkan kombinasi strategi *strenghts* (S) dan *opportunities* (O) dengan nilai tertinggi sebesar 4,41 sehingga strategi SO dengan cara pemanfaatan infrastruktur, pelatihan karyawan, kemitraan strategis dan melakukan monitoring tren pasar dapat digunakan agar dapat tetap bersaing dan berkembang serta memberikan keunggulan kompetitif dalam lingkungan bisnis yang dinamis. Penelitian ini hanya dilakukan pada Percetakan Kopa sehingga penelitian selanjutnya dapat dilakukan pada cakupan yang lebih luas agar memperoleh hasil yang bersifat umum.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin, M. (2016). Impelementasi Manajemen Strategis Kepala Sekolah Menengah Pertama di Kabupaten Serang. *Tarbawi*, 2(02), 42–57.
- Chairunnisa, S. M., Salsabila, A., Aziza, A. R., & Rahmah, S. (2022). Implementasi Manajemen Strategi Melalui Balanced Scorecard Pada UMKM Amelia Snack Dan Cookies. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 18(1), 26–41. <https://doi.org/10.23960/jbm.v18i0.307>
- Faujiah, S., Syaifudin, M., & Andriani, T. (2023). Implementasi Manajemen Strategi dalam Lembaga Pendidikan. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 4(3), 641–650. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v4i3.1400>
- Kamaludin, K. (2022). Identifikasi Manajemen Strategis Pada Sekolah Dasar Negeri di Era Disruptif. *Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Sosial*, 1(3), 278–289. <http://www.putrapublisher.org/ojs/index.php/jipsi/article/view/50>
- Kamaludin, K., Taulany, H., & Slamet, S. (2024). Enhancing Competitive Advantage in the Disruptive Era: Strategy Formulation Framework in Model Public Junior High Schools in Indonesia. *AL-TANZIM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 8(1), 42–58. <https://doi.org/https://doi.org/10.33650/al-tanzim.v8i1.6861>
- Sudiro, A. N. R., & Ruslim, H. (2023). Pengaruh Implementasi Manajemen Strategik terhadap Ketahanan Bisnis saat Pandemi Covid-19 pada PT. Es Teh Indonesia Makmur. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Keuangan*, 4(2), 228–238. <https://doi.org/10.51805/jmbk.v4i2.145>
- Sudrajat, A. R., Sumaryana, A., Buchari, R. A., & Tahjan, T. (2018). Perumusan Strategi Pengelolaan Pasar Tradisional di Kabupaten Sumedang. *JPPUMA: Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Sosial Politik Universitas Medan Area*, 6(1), 53–67. <https://doi.org/10.31289/jppuma.v6i1.1600>
- Sulasma, S., Alhadar, S., Nusu, O. S., Ical, I., Laky, I., & Amir, R. (2021). Analisis Manajemen Strategi Bisnis Travel Agent Di Masa Pandemi Covid 19. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 8(2), 259–270. <https://doi.org/10.37606/publik.v8i2.242>
- Villatus, S. (2021). Manajemen Strategi Ekonomi Agribisnis Dalam Konteks Ilmu Ekonomi Mikro. *LAN TABUR : Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(2), 113–129.
- Zunaidi, A., & Natalina, S. A. (2021). Manajemen Strategik Dalam Perbankan Syariah. *Wadiah*, 5(1), 86–117. <http://jurnal.iainkediri.ac.id/index.php/wadiah/article/view/3178https://jurnal.iainkediri.ac.id/index.php/wadiah/article/viewFile/3178/1367>