



**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DALAM
MEMENUHI PERMINTAAN PELANGGAN
(Studi pada Toko Bangunan CV. Bagas Jaya Kota Pasuruan)**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Administrasi Bisnis

Oleh

MARTINO GOSALI

NPM 22001092110



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
MALANG
2025**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menelusuri implementasi strategi bisnis serta mengetahui gambaran pengembangan bisnis yang telah dilakukan CV. Bagas Jaya dalam memenuhi permintaan pelanggan. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian ini menggunakan 2 sumber data yaitu sumber primer dan sumber data sekunder, dimana sumber data primer diperoleh dari wawancara serta observasi, sedangkan data sekunder diperoleh dari buku, literatur, jurnal serta dokumen lain. Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini berupa observasi, wawancara dengan pemilik CV Bagas Jaya selaku Bapak Gunawan serta dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model menggunakan model interaktif Miles dan Huberman. Keakuratan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber dan triangulasi metode untuk menyederhanakan pemrosesan data serta memastikan analisis yang komprehensif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa CV. Bagas Jaya telah menerapkan strategi bisnis sesuai indikator Rangkuti, meliputi pemasaran, operasional, distribusi, organisasi, dan keuangan. Strategi pemasaran difokuskan pada harga kompetitif, layanan konsultasi, dan promosi terbatas, meskipun pemanfaatan media digital masih minim. Sedangkan pengembangan bisnis CV. Bagas Jaya telah berjalan baik, baik dari unsur internal maupun eksternal. Secara internal, niat pengembangan usaha terlihat melalui pendirian PT. Bagas Jaya Prospero dan strategi pembelian grosir. Namun, pengelolaan stok manual dan keterbatasan modal masih menjadi kendala. Dari sisi eksternal, perusahaan telah menyesuaikan harga dan kualitas sesuai daya beli



pelanggan serta memanfaatkan lokasi strategis, namun perlu mempercepat respon terhadap tren pasar dan mengeksplorasi pendanaan eksternal

Kata Kunci : Managemen strategi, Pengembangan bisnis, Permintaan pelanggan



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam situasi kompetisi dagang yang semakin ketat dan cepat berubah, metode pengembangan bisnis menjadi kunci utama bagi perusahaan untuk bertahan dan berkembang. Hal ini tidak terkecuali bagi toko bangunan yang merupakan salah satu pemain penting dalam industri konstruksi. Toko bangunan memiliki peran vital dalam menyediakan berbagai kebutuhan material bangunan bagi konsumen, baik itu untuk proyek pembangunan rumah tinggal, gedung perkantoran, atau infrastruktur umum.

Industri konstruksi yakni indikator utama dalam perekonomian negara. Dalam konteks pertumbuhan pembangunan infrastruktur yang terus meningkat, permintaan akan bahan bangunan, termasuk dari toko bangunan, terus mengalami peningkatan. Makanya, menjadi fokus utama berpemahaman bagus mengenai strategi pengembangan bisnis yang efektif bagi toko bangunan agar mereka dapat tetap bersaing dan bertahan di pasar yang semakin kompetitif.

Namun, dalam menghadapi dinamika pasar yang berubah dengan cepat dan tuntutan konsumen yang semakin kompleks, toko bangunan perlu memiliki strategi pengembangan bisnis yang tepat agar dapat mengoptimalkan kinerja dan mempertahankan pangsa pasarnya. Penyusunan strategi yang efektif memerlukan tingkat paham tinggi mengenai situasi dalam maupun luar perseroan dan memiliki skill dalam adaptasi dengan setiap perubahan.

Industri konstruksi di Indonesia saat ini dihadangkan dengan beragam hambatan, misalnya naik turun harga bahan baku dan perubahan atura yang memengaruhi stabilitas pasar. Laporan dari Media Informasi mengindikasikan harga bahan baku seperti semen dan baja telah mengalami ketidakstabilan akibat inflasi global. Di sisi lain, berlandaskan fenomena yang ada pada laman web berita online VRITIMES (2024) kekurangan tenaga kerja terampil di sektor konstruksi mencapai 25% pada tahun 2024, yang memperlambat kemajuan proyek dan meningkatkan biaya. Selain itu, sebuah laman web Bisnis.com (2022) disebutkan strategi penjualan toko bangunan yang menjelaskan bahwa pelanggan kini lebih selektif dalam memilih toko bangunan, mengutamakan produk berkualitas, pelayanan yang baik, dan kemudahan bertransaksi. Hal ini menuntut para pelaku usaha untuk beradaptasi dengan menyediakan solusi yang lebih kreatif dan peka atas kebutuhan pelanggan. Dengan demikian, toko bangunan harus mengembangkan strategi pengembangan bisnis yang efektif untuk memenuhi harapan pasar yang semakin tinggi.

Dalam dunia bisnis yang terus berkembang, pemenuhan kebutuhan pelanggan menjadi salah satu indikator penting keberhasilan sebuah perusahaan. Pelanggan tidak hanya menelusuri produk atau jasa sebagaimana kebutuhan mereka, tetapi juga mengharapkan harga yang bersaing, kualitas bagus, dan pelayanan yang memadai. Fenomena ini menciptakan tantangan bagi perusahaan, terutama ketika terjadi perubahan di pasar, seperti kenaikan harga bahan baku atau fluktuasi permintaan yang signifikan. Dalam situasi seperti ini, strategi pengembangan bisnis menjadi kunci untuk menjaga keberlangsungan dan daya

saing perusahaan.

CV Bagas Jaya adalah sebuah toko bangunan di Kota Pasuruan yang tengah menghadapi tantangan besar dalam memenuhi permintaan pelanggan. Berlandaskan hasil wawancara dengan Bapak Gunawan selaku owner CV. Bagas Jaya pelanggan sering kali menginginkan harga murah, meskipun harga bahan bangunan di pasar sedang meningkat. Ekspektasi pelanggan seperti ini sering kali menempatkan perusahaan pada posisi sulit, di mana mereka harus menyeimbangkan antara memberikan harga yang kompetitif dan mempertahankan margin keuntungan. Kondisi ini memerlukan pendekatan strategis yang tidak berpacu pada penyesuaian harga namun tetap memperhatikan indikator lain seperti diversifikasi produk, efisiensi operasional, dan inovasi layanan.

CV Bagas Jaya juga harus beradaptasi dengan dinamika eksternal yang memengaruhi permintaan pelanggan, seperti perubahan tren konstruksi, persaingan dari toko bangunan lain, dan fluktuasi harga bahan baku. Hal ini membutuhkan strategi yang holistik, termasuk membangun hubungan yang baik dengan pemasok untuk mendapatkan harga lebih kompetitif, mengoptimalkan pengelolaan stok barang, serta memberikan solusi yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dengan berbagai anggaran.

Dalam konteks ini, penelitian mengenai strategi pengembangan bisnis di CV Bagas Jaya menjadi relevan untuk mengungkap bagaimana perusahaan mampu mengatasi tantangan tersebut. Pemahaman mendalam mengenai langkah-langkah strategis yang diterapkan akan membantu mengidentifikasi keberhasilan maupun hambatan yang dihadapi dalam memenuhi permintaan pelanggan. Hasil dari kajian

ini bisa berkontribusi praktis, bagi CV Bagas Jaya juga pelaku usaha lain yang menghadapi permasalahan serupa dalam industri yang kompetitif.

Penelitian ini berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan pelanggan yang sering kali memiliki ekspektasi tinggi terhadap harga, kualitas, dan pelayanan. Dalam konteks tersebut, kajian ini bermaksud mengkaji metode menaikkan bisnis yang diimplementasikan oleh CV Bagas Jaya. Strategi tersebut menjadi upaya perusahaan untuk memenuhi permintaan pelanggan sekaligus menjaga keberlanjutan usaha di tengah tantangan pasar yang dinamis.

Objek dari penelitian ini adalah CV. Bagas Jaya yang merupakan sebuah usaha toko bangunan yang berada di Jl. KH. Mansyur, Sekargadung, Kecamatan Bugul Kidul, Kota Pasuruan. Toko ini menjual berbagai macam bahan bangunan seperti semen, cat, sekop, pasir dan bahan-bahan bangunan lainnya. Toko ini didirikan oleh Bapak Gunawan pada tahun 2001 dan terus berkembang hingga sekarang. Pada tahun 2022 Pak Gunawan selaku pemilik dari CV. Bagas Jaya mengembangkan sayap usahanya dengan mendirikan bisnis yang masih memiliki hubungan dengan CV. Bagas Jaya yaitu PT. Bagas Jaya Prospero sebagai penyedia jasa pelaksana untuk konstruksi bangunan komersial, konstruksi bangunan gedung, konstruksi jalan raya, rel kereta api, landas pacu udara dan masih banyak lagi. Sementara itu, CV. Bagas Jaya hanya menyediakan jasa konstruksi untuk skala lebih kecil seperti jasa pelaksana konstruksi perumahan, renovasi rumah, konstruksi gapura dan beberapa konstruksi lainnya.

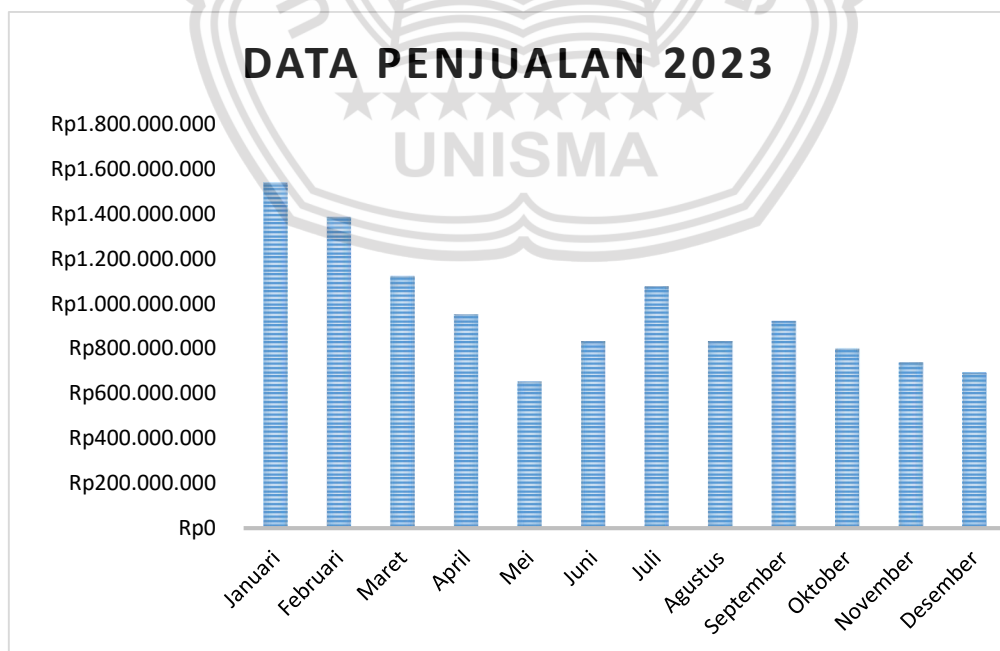
Melalui sumber wawancara dengan Bapak Gunawan, dijumpai beragam masalah utama yang berakibat perusahaan terhambat yakni adanya persaingan yang

ketat, pengelolaan stok, permintaan dan pelayanan pelanggan, kendala pada pemasok dan rantai pasokan, serta fluktuasi harga bahan baku akan menghambat usaha dari CV. Bagas Jaya. Selain dari wawancara diatas, fluktuasi pada data penjualan di CV. Bagas Jaya dapat ditinjau pada tabel dan grafik berikut ini :

Tabel 1 Data Penjualan CV. Bagas Jaya Januari-Desember 2023

Keterangan	Nominal
Januari	Rp 1.537.884.000
Februari	Rp 1.384.059.600
Maret	Rp 1.121.920.000
April	Rp 952.079.220
Mei	Rp 652.800.000
Juni	Rp 832.320.000
Juli	Rp 1.076.490.800
Agustus	Rp 832.320.000
September	Rp 922.706.400
Oktober	Rp 799.678.880
November	Rp 738.165.120
Desember	Rp 693.567.644

Sumber : Dokumen internal CV Bagas Jaya, 2023.



Gambar 1. Grafik Penjualan CV. Bagas Jaya Januari-Desember 2023

Sumber : Dokumen internal CV Bagas Jaya, 2023.

Dalam hal ini CV. Bagas Jaya membutuhkan strategi yang tepat agar dapat memaksimalkan kinerja dan kualitas pada toko sehingga dapat bersaing dengan para kompetitornya. Selain itu, jika dilihat dari hasil wawancara pra-penelitian penelitian ini akan berfokus pada pengembangan bisnis dalam memenuhi permintaan pelanggan. Untuk itu Peneliti tertarik pada toko bangunan CV Bagas Jaya dalam menjalankan strateginya hingga toko bisa berkembang sejauh ini Kajian ini memberikan informasi lanjut mengenai bagaimana perusahaan menyesuaikan diri dengan dinamika pasar sekaligus memenuhi permintaan pelanggan. Makanya peneliti memutuskan untuk mengkajinya dengan judul **“STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DALAM MEMENUHI PERMINTAAN PELANGGAN (Studi Kasus Pada Toko Bangunan CV. Bagas Jaya Kota Pasuruan)”**

B. Rumusan Masalah

Atas penguraian di atas dijumpai beberapa persoalan yang dibahas pada kajian ini yakni:

- 1) Bagaimana gambaran penerapan metode bisnis di CV. Bagas Jaya ?.
- 2) Bagaimana gambaran pengembangan bisnis yang diterapkan CV.

Bagas Jaya dalam upaya memenuhi permintaan pelanggan ?.

C. Tujuan Penelitian

Maksud diselenggarakannya kajian ini yakni :

- 1) Menelusuri implementasi strategi bisnis di CV. Bagas Jaya dalam?.
- 2) Mengetahui gambaran pengembangan bisnis yang diterapkan CV.

Bagas Jaya dalam upaya memenuhi permintaan pelanggan ?.

D. Manfaat Penelitian

Kajian ini berkontribusi baik dalam teoritis maupun praktis yakni:

1) Manfaat Teoritis

a. Bagi Ilmu Pengetahuan

Kajian ini dapat membantu memperluas pemahaman sebagai informasi lebih lanjut mengenai implementasi strategi bisnis pada toko bangunan.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Kajian ini sebagai bahan acuan atau rujukan bagi kajian selanjutnya, khususnya yang mempunyai topik dan permasalahan mengenai strategi bisnis pada toko bangunan.

c. Bagi Prodi Administrasi Bisnis

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam upaya perkembangan kualitas pembelajaran di kampus melalui pengembangan kurikulum kemitraan.

d. Bagi Penulis

Penelitian skripsi ini akan memberikan manfaat yang signifikan bagi penulis dalam pengembangan pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman, serta pemenuhan persyaratan akademik yang diperlukan untuk menyelesaikan program studi.

2) Manfaat Praktis

a. Bagi CV. Bagus Jaya

Kajian ini sebagai referensi untuk bahan peninjauan toko sehingga

dapat memaksimalkan strategi-strategi pengembangan bisnis yang diterapkan.

b. Bagi Pelanggan CV. Bagus Jaya

Kajian ini bisa mendorong perusahaan untuk lebih memahami kebutuhan dan ekspektasi pelanggan, sehingga strategi yang diterapkan dapat memberikan pelayanan dan produk yang lebih sesuai serta meningkatkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh..

E. Sistematika Pembahasan

Guna memudahkan pembaca memahami isi karya ini, berikut uraian sistemasi kajian ini:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan fenomena permasalahan yang mendasari penelitian ini dengan menjelaskan alasan-alasan baik secara teoritis maupun praktis yang kemudian menjadi dasar utama untuk melaksanakan penelitian ini. Rumusan masalah mencakup pernyataan tentang situasi, fenomena, atau konsep tertentu yang perlu diteliti lebih lanjut dalam kajian ini. Maksud kajian ini memuat mengenai dengan cakupan konteks masalah, rumusan masalah, dan arah penelitian yang diusulkan. Selanjutnya ada manfaat penelitian yang mencakup kepentingan bagi berbagai pemangku kepentingan serta menyajikan secara sistematis ringkasan literatur yang akan dibahas dalam setiap bab proposal.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat mengenai kajian-kajian yang pernah diselenggarakan yang hampir mirip dengan kajian yang dibahas, dan penguraian teoritis yang diimplementasikan pada kajian ini sehingga menghasilkan hasil kajian yang akurat.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas metodologi kajian yang dipakai, termasuk lokasi dan periode penelitian, serta judul kajian yang diadakan. Jenis dan sumber data juga diuraikan berlandaskan deskripsi tentang jenis data yang digunakan untuk tujuan penelitian. Instrumen penelitian merujuk pada peralatan yang diterapkan dalam studi. Teknik analisis data menerapkan teori Miles dan Huberman dalam menguraikan bahan dari wawancara di objek penelitian. Mengenai keabsahan data, pengkaji mengimplementasikan metode triangulasi yang terdiri dari triangulasi sumber dan triangulasi metodologi sebagaimana dikemukakan oleh Haryoko et al. (2020).

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini memuat penguraian atas persoalan yang dibahas dengan menerapkan metode-metode kajian yang dipersiapkan. Pada bab ini menguraikan kondisi lapangan dengan pengimplementasian teknik kajian sehingga dijumpai hasil kajian yang tepat dan akurat.

BAB V PENUTUP KESIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir ini mencakup rangkuman dan maksud kajian. Kesimpulan menyajikan ringkasan dari hasil akhir penelitian. Selain itu, ringkasan juga berfungsi sebagai solusi untuk memecahkan masalah yang diteliti. Selanjutnya, terdapat saran-saran untuk penelitian selanjutnya yang dilakukan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Gambaran Penerapan Strategi Bisnis di CV. Bagus Jaya

CV. Bagus Jaya telah menerapkan strategi bisnis sesuai indikator Rangkuti, meliputi pemasaran, operasional, distribusi, organisasi, dan keuangan. Strategi pemasaran difokuskan pada harga kompetitif, layanan konsultasi, dan promosi terbatas, meskipun pemanfaatan media digital masih minim. Operasional dan distribusi berjalan baik, namun sistem pencatatan stok manual menghambat efisiensi. Secara organisasi, manajemen cukup efektif, tetapi koordinasi internal perlu ditingkatkan. Dari sisi keuangan, pembelian grosir menekan biaya, tetapi keterbatasan modal internal menjadi tantangan dalam ekspansi. Secara umum, strategi bisnis CV. Bagus Jaya telah mendukung pertumbuhan usaha, meskipun masih memerlukan perbaikan di aspek digitalisasi dan pembiayaan eksternal.

2. Gambaran Pengembangan Bisnis CV. Bagus Jaya Dalam Upaya Memenuhi Permintaan Pelanggan

Pengembangan bisnis CV. Bagus Jaya telah berjalan baik berlandaskan indikator Mulyadi (2023), baik dari unsur internal maupun eksternal. Secara internal, niat pengembangan usaha terlihat melalui pendirian PT. Bagus Jaya Prospero dan strategi pembelian grosir. Namun, pengelolaan stok manual dan keterbatasan modal masih menjadi kendala. Dari sisi eksternal, perusahaan telah menyesuaikan harga dan kualitas sesuai daya beli pelanggan serta memanfaatkan lokasi strategis, namun perlu mempercepat respon terhadap tren pasar dan

mengeksplorasi pendanaan eksternal. Diversifikasi layanan seperti paket renovasi telah meningkatkan loyalitas pelanggan, meskipun inovasi lebih lanjut masih dibutuhkan. Dengan perbaikan di beberapa aspek, CV. Bagus Jaya memiliki potensi kuat untuk terus berkembang dan bersaing di pasar lokal.

B. Saran

Berlandaskan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh CV. Bagus Jaya guna mengoptimalkan strategi dan pengembangan bisnisnya. Dalam aspek pemasaran, perusahaan disarankan untuk mulai memanfaatkan media digital seperti website, media sosial, dan platform marketplace untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Pengembangan program loyalitas pelanggan serta penggunaan strategi pemasaran berbasis data juga dapat menjadi langkah efektif dalam meningkatkan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

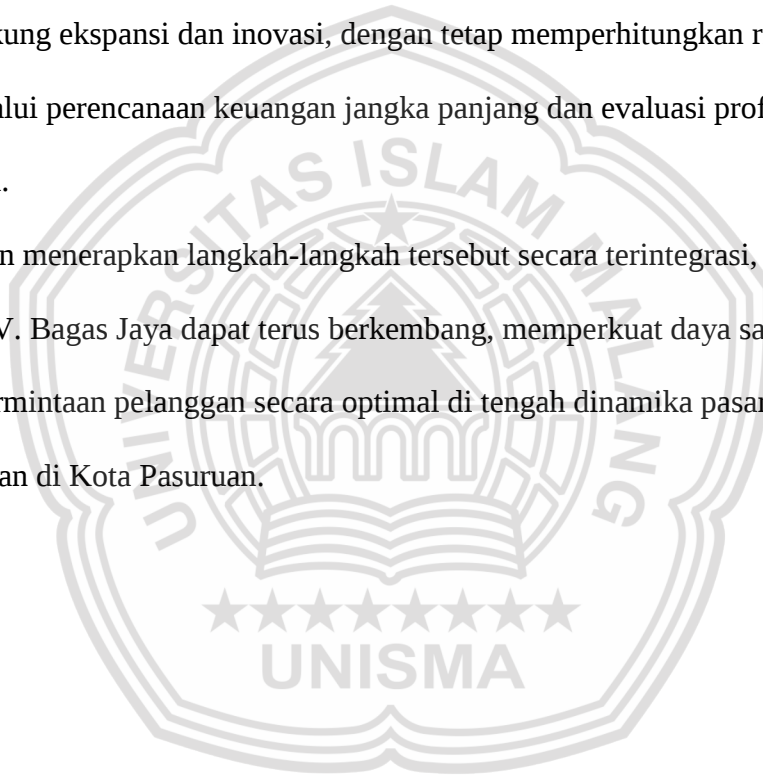
Dari sisi operasional, perusahaan dapat mempertimbangkan pengimplementasian sistem pencatatan stok berbasis digital untuk meningkatkan efisiensi manajemen inventaris, sekaligus menyusun prosedur standar operasional yang lebih responsif terhadap kendala seperti keterlambatan suplai. Kerja sama yang lebih erat dengan supplier juga penting untuk memastikan ketersediaan barang terutama pada musim proyek konstruksi.

Dalam hal distribusi, peningkatan kapasitas armada pengiriman atau kolaborasi dengan jasa ekspedisi dapat membantu mempercepat pengantaran, terutama bagi pelanggan proyek besar. Sementara itu, transparansi informasi melalui sistem pelacakan pengiriman akan meningkatkan kepercayaan dan

kepuasan pelanggan.

Untuk mendukung pengembangan organisasi, struktur internal perlu disesuaikan dengan kebutuhan bisnis yang semakin kompleks, disertai dengan pelatihan karyawan secara berkala dan sistem penghargaan untuk meningkatkan motivasi kerja. Di sisi keuangan, CV. Bagas Jaya dapat mempertimbangkan alternatif pendanaan eksternal seperti pinjaman usaha atau kerja sama investor untuk mendukung ekspansi dan inovasi, dengan tetap memperhitungkan risiko yang ada melalui perencanaan keuangan jangka panjang dan evaluasi profitabilitas secara berkala.

Dengan menerapkan langkah-langkah tersebut secara terintegrasi, diharapkan CV. Bagas Jaya dapat terus berkembang, memperkuat daya saing, dan memenuhi permintaan pelanggan secara optimal di tengah dinamika pasar industri bahan bangunan di Kota Pasuruan.



DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2021). *Pengantar metodologi penelitian*. SUKA-Press, UIN Sunan Kalijaga.
- Annisa, N. (2021). *Strategi pengembangan bisnis etalase pada Toko Intan Kaca Kecamatan Sungai Rumbai Kabupaten Dharmasraya*.
- Chandler, A. D. (1962). *Strategy and structure: Chapters in the history of the American industrial enterprise*. MIT Press.
- Corbin, J., & Strauss, A. (2015). *Basics of qualitative research* (4th ed.). Sage.
- David, F. R. (2011). *Strategic management: Concepts and cases* (13th ed.). Pearson Education.
- Drucker, P. F. (1974). *Management: Tasks, responsibilities, practices*. Harper & Row.
- Fatimah, F., Rahman, M., & Wulandari, T. (2023). Strategi pengembangan usaha budidaya rumput laut dalam meningkatkan produksi di Desa Kaliuda Kecamatan Pahunga Lodu. *Jurnal Agribisnis dan Kelautan*, 5(2), 88–97.
- Freddy, R. (2016). *Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Hafiduddin, D. (2013). *Manajemen strategik: Konsep dan aplikasi*. Kencana.
- Hamel, G., & Prahalad, C. K. (2018). *Management*. Tata McGraw Hill.
- Hamid, S. (2023). *Manajemen strategis: Konsep dan aplikasi dalam organisasi modern*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Haryoko, S., Wicaksono, A., & Wahyuni, S. (2020). *Metodologi penelitian pendidikan*. Remaja Rosdakarya.
- Hidayati, U. (2018). *Penerapan analisis SWOT sebagai strategi pengembangan usaha dalam perspektif ekonomi Islam* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Iskandar. (2009). *Metodologi penelitian pendidikan dan sosial kuantitatif dan kualitatif*. Gaung Persada Press.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson.
- Mariantha, I. (2018). *Manajemen strategi: Konsep, metodologi, aplikasi*. Graha Ilmu.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.
- Mintzberg, H., Ahlstrand, B., & Lampel, J. (1998). *Strategy safari: A guided tour through the wilds of strategic management*. Free Press.
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2017). *Metode penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Muhammad, A. (2020). *Penerapan analisis SWOT sebagai strategi pengembangan PT. Al Muchtar Tour dan Travel dalam perspektif ekonomi Islam*. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
- Mulyadi. (2023). *Implementasi strategi bisnis*. Gadjah Mada University Press.
- Narendra, A., Ramdani, Z., & Wibowo, A. (2020). Strategi pengembangan usaha kerajinan perak dengan metode analisis SWOT pada usaha SSS Silver. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 20(2), 123–134.
- Pearce, J., & Robinson, R. (2007). *Formulation, implementation, and control of competitive strategy*. McGraw-Hill.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Free Press.
- Praminingtyas, S. D. (2015). *Manajemen strategi pencegahan dan pemberantasan penyalahgunaan narkoba (Studi pada implementasi oleh Badan Narkotika Nasional Provinsi Jawa Timur)*. Publika, 3(3).
- Prasojo, L. D. (2018). *Manajemen strategi* (1st ed.). Universitas Negeri Yogyakarta Press.
- Pratiwi, R. (2018). *Strategi pengembangan usaha rengginang pulut dengan metode analisis SWOT (Studi kasus usaha rengginang pulut CV. Uul Jaya di Desa Kebun Lada Kecamatan Hinai Kabupaten Langkat)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan).
- Purwanto. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Penerbit Dwiwarna.

- Rangkuti, F. (2021). *Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Safitri, et al. (2024). *Pengaruh strategi diversifikasi terhadap pertumbuhan usaha kecil dan menengah di Indonesia*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 15(1), 45-60.
- Safitri, S., Wibowo, H., & Lestari, A. D. (2024). Analisis SWOT terhadap pengembangan strategi bisnis pada Warung Makan Asyik Desa Balunijuk. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 8(1), 45–53.
- Salusu, J. (1996). *Pengambilan keputusan strategik untuk organisasi publik dan organisasi non-profit*. Gramedia.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development*. Harvard University Press.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Taufik, M., & Isril. (2013). Implementasi peraturan daerah Badan Permusyawaratan Desa. *Jurnal Kebijakan Publik*, 4(2), 135–140.
- Walidin, W., Saifullah, & Tabrani. (2015). *Metodologi penelitian kualitatif & grounded theory*. FTK Ar-Raniry Press.
- Weston, J. F., & Copeland, T. E. (1992). *Managerial finance* (9th ed.). Dryden Press.
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2003). *Manajemen strategis*. ANDI Publisher.
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2020). *Strategic management and business policy*. Pearson.
- Wijoyo, et al. (2022). *Pengaruh inovasi produk terhadap daya saing UMKM*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 17(2), 89-102.
- Wijoyo, S., Prakoso, L. Y., & Putra, B. D. (2022). Pengembangan usaha angkringan dengan menggunakan analisis SWOT. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 11(3), 1–12.



Zulfahmi, Z., Hasanah, U., & Demir, E. (2021). Participatory banks in Turkey: Issues and proposed strategy based on SWOT analysis. *International Journal of Islamic Banking and Finance Research*, 7(1), 12–24.

