

OPTIMALISASI PRODUKSI SPRAYER MELALUI ANALISIS SWOT DENGAN PENDEKATAN MATRIKS IFE DAN EFE

Ruksi Fatrisia¹, Risna Eka Aristia², Sabrina Aulia Putri³, Vicky F Sanjaya⁴

Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung^{1,2,3,4}

ruksifatrisia18@gmail.com¹, risnaeka@gmail.com², sabrina@gmail.com³, vicky@radenintan.ac.id⁴

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengoptimalkan produksi alat penyemprot menggunakan analisis SWOT berdasarkan matriks IFE dan EFE. Matriks IFE digunakan untuk menilai kekuatan dan kelemahan internal, sedangkan matriks EFE digunakan untuk menilai peluang dan ancaman eksternal. Posisi strategis suatu perusahaan dianalisis dengan menggunakan matriks IE. Berdasarkan temuan, bobot tertinggi adalah 0,80 untuk kekuatan, 0,30 untuk kelemahan, 1,00 untuk peluang, dan 0,30 untuk ancaman. Skor rata-rata pada matriks IFE adalah 3,95 yang mencerminkan kekuatan internal yang signifikan. Di sisi lain, rata-rata skor pada matriks EFE adalah 3,15 yang menunjukkan bahwa mereka mempunyai kemampuan merespon peluang eksternal yang cukup baik. Wawasan ini memberikan landasan strategis untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang serta mengatasi kelemahan dan ancaman yang ada. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas produksi sprayer perusahaan.

Kata Kunci: *Optimasi Produksi, Sprayer, Analisis SWOT, Matriks IFE, Matriks EFE*

Abstract

This study aims to optimize sprayer production using SWOT analysis based on the IFE and EFE matrices. The IFE matrix is used to assess internal strengths and weaknesses, while the EFE matrix evaluates external opportunities and threats. A company's strategic position is analyzed using the IE matrix. Based on the findings, the highest weight was 0.80 for strengths, 0.30 for weaknesses, 1.00 for opportunities, and 0.30 for threats. The average score on the IFE matrix was 3.95, reflecting significant internal strengths. On the other hand, the average score on the EFE matrix was 3.15, indicating the company's adequate ability to respond to external opportunities. These insights provide a strategic foundation to maximize strengths and opportunities while addressing existing weaknesses and threats. This strategy aims to enhance the efficiency and productivity of the company's sprayer production.

Keywords: *Production Optimization, Sprayer, SWOT Analysis, IFE Matrix, EFE Matrix*

PENDAHULUAN

Produksi sprayer merupakan bidang strategis industri mesin pertanian yang mendukung efisiensi pengelolaan lahan pertanian modern. Seiring dengan perkembangan teknologi dan tuntutan pasar, kebutuhan akan alat penyemprot berkualitas tinggi yang dapat memberikan hasil penyemprotan yang konsisten dan efisien terus meningkat. Namun, banyak produsen menghadapi tantangan seperti keterbatasan sumber daya, inefisiensi operasional, dan kurangnya strategi berbasis data untuk mengoptimalkan proses produksi (Mutiarasari et al., 2023).

Analisis SWOT (Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman) dianggap sebagai metode yang efektif untuk menganalisis faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi suatu perusahaan. Analisis ini membantu perusahaan mengembangkan strategi untuk meningkatkan kinerja dengan mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal (Sulasih, 2019). Analisis SWOT menjadi lebih efektif bila dipadukan dengan metode

matriks IFE (internal factor evaluasi) dan EFE (eksternal faktor evaluasi), yang dapat menilai secara kuantitatif faktor-faktor yang mempengaruhi suatu perusahaan (Sunarjanto, 2018).

Matriks IFE digunakan untuk menilai kekuatan dan kelemahan internal suatu perusahaan, sedangkan matriks EFE digunakan untuk mengukur peluang dan ancaman yang ditimbulkan oleh faktor eksternal. Kedua matriks ini memberikan hasil berupa bobot dan peringkat yang membantu menentukan prioritas keputusan strategis (Soelaiman & Urami, 2021). Strategi yang dikembangkan berdasarkan hasil analisis SWOT yang diintegrasikan dengan matriks IFE dan EFE dapat membantu perusahaan meningkatkan efisiensi produksi, menurunkan biaya, dan meningkatkan daya saing produk (Nuringsih & Edalmen, 2021).

Urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan untuk mengembangkan strategi berbasis data untuk mengatasi tantangan produksi dan persaingan yang semakin sempit. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor penting yang mempengaruhi keberhasilan pembuatan sprayer dengan melakukan analisis SWOT yang didukung matriks IFE dan EFE. Rencana penyelesaian masalah mencakup beberapa fase:

1. Identifikasi faktor internal dan eksternal,
2. Pembobotan dan evaluasi masing-masing faktor menggunakan matriks IFE dan EFE,
3. Analisis hasil untuk membuat strategi yang relevan,
4. Evaluasi strategi yang dikembangkan berdasarkan analisis SWOT (Pebriyanti & Widodasih, 2023).

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi perusahaan dalam mengembangkan strategi optimalisasi produksi sprayer dan menjadi acuan untuk mengembangkan strategi serupa di sektor industri lainnya (Perdana, 2021).

METODE PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan analisis SWOT dan matriks IFE-EFE untuk mengoptimalkan produksi di pabrik penyemprot Süd-Lampung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang memungkinkan peneliti menggali informasi rinci mengenai penerapan strategi yang efektif untuk mengatasi tantangan dan peluang industri manufaktur. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena yang terjadi dalam suatu perusahaan dengan melakukan wawancara mendalam kepada manajer produksi dan menganalisis faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja operasional perusahaan. Pendekatan ini dipilih karena dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang bagaimana analisis SWOT dan matriks IFE-EFE dapat diterapkan pada strategi produksi suatu perusahaan (Creswell, 2018). Rancangan suatu kegiatan penelitian terdiri dari beberapa tahap :

1. Identifikasi faktor internal dan eksternal
Pada tahap pertama, peneliti mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor eksternal (peluang) dan ancaman), mempengaruhi perusahaan melalui wawancara dengan manajer produksi dan analisis dokumen bisnis perusahaan.
2. Pengumpulan Data Primer
Data primer dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan manajer produksi untuk memperoleh informasi mengenai tantangan yang dihadapi perusahaan dan strategi yang diterapkan untuk meningkatkan efisiensi produksi.
3. Pembuatan matriks IFE dan EFE
Berdasarkan hasil wawancara dan data yang dikumpulkan, peneliti akan menilai kekuatan dan kelemahan internal perusahaan serta peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dan matriks EFE. Paparan.

4. Analisis Strategi Produksi

Berdasarkan hasil analisis SWOT dan matriks IFE-EFE, peneliti merumuskan strategi yang membantu perusahaan meningkatkan efisiensi produksi dan menghadapi persaingan pasar Masu yang semakin ketat.

Subyek penelitian ini adalah produsen sprayer yang berpusat di Lampung Selatan. Penelitian ini berfokus pada penerapan analisis SWOT dan matriks IFE-EFE untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja produksi. Selain itu, studi ini mengkaji strategi produksi yang diadopsi perusahaan untuk meningkatkan efisiensi operasional. Bahan dan alat utama dalam penelitian ini

1. Bahan : Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari wawancara dengan manajer produksi dan dokumen operasional perusahaan seperti laporan produksi, data penjualan, dan strategi perusahaan.
2. Alat utama: Alat utama pengumpulan data adalah panduan wawancara semi terstruktur yang berfokus pada aspek terkait analisis SWOT dan strategi produksi. Selain itu, mesin dikte akan digunakan untuk mendokumentasikan wawancara. Untuk analisis data, perangkat lunak kualitatif seperti NVivo dapat digunakan untuk mengatur dan menganalisis data wawancara.

Penelitian dilakukan di pabrik nebulizer di Süd-Lampung. Lokasi ini dipilih karena relevansinya dengan tujuan penelitian menganalisis dan mengoptimalkan strategi produksi pada sektor manufaktur di kawasan tersebut. Peneliti melakukan wawancara langsung dengan manajer produksi di lokasi perusahaan. Wawancara dilakukan kepada manajer produksi untuk memperoleh informasi mengenai penerapan analisis SWOT dan matriks IFE-EFE dalam strategi produksi perusahaan. Wawancara ini bersifat semi terstruktur untuk memberikan ruang bagi narasumber untuk berbicara lebih detail mengenai berbagai aspek terkait proses produksi dan tantangan yang terkait dengannya. Selain wawancara, dokumen terkait seperti laporan produksi dan strategi bisnis perusahaan juga akan dikumpulkan sebagai bagian dari penelitian ini. Dokumen-dokumen ini memberikan informasi tambahan untuk membantu menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja produksi. Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. Kekuatan : Faktor internal yang memberikan keunggulan kompetitif bagi suatu perusahaan, seperti kualitas produk yang unggul, teknologi yang digunakan, atau sumber daya manusia yang berkualitas.
2. Kelemahan : Faktor internal yang membatasi kemampuan perusahaan dalam meningkatkan kinerja, seperti: B. Keterbatasan fasilitas produksi, kesulitan dalam inovasi, atau kelemahan dalam pengelolaan sumber daya.
3. Peluang: Faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan perusahaan untuk memperluas pasar atau meningkatkan produksi, seperti: B. Meningkatnya permintaan pasar, regulasi yang mendukung, atau tren pasar yang menguntungkan.
4. Ancaman : Faktor eksternal yang dapat merugikan perusahaan, seperti: B. meningkatnya persaingan, perubahan kebijakan pemerintah yang mempengaruhi bisnis kami, atau fluktuasi harga bahan baku yang tidak terduga.

Teknik Analisis Data menggunakan

1. Analisis SWOT : Data yang diperoleh dari wawancara dan dokumen dianalisis menggunakan kerangka SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja produksi. Tujuan analisis ini adalah untuk memahami posisi perusahaan mengenai kekuatan kompetitif dan tantangan pasar.

2. Matriks IFE dan EFE: Matriks IFE dan EFE digunakan untuk memberikan bobot dan peringkat pada faktor internal dan eksternal yang teridentifikasi. Matriks ini membantu peneliti memetakan elemen-elemen penting yang memerlukan perhatian lebih lanjut dan menetapkan prioritas untuk perencanaan strategis.
3. Analisis tematik: Data hasil wawancara akan dianalisis menggunakan pendekatan tematik untuk menemukan pola yang relevan terkait dengan melakukan analisis SWOT dan strategi produksi perusahaan (Braun & Clarke, 2019).

diperoleh dan dikumpulkan melalui penelitian laboratorium. Penelitian ini mengumpulkan data melalui observasi dan wawancara. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data deskriptif kualitatif. Analisis lingkungan internal perusahaan (kekuatan dan kelemahan) dan lingkungan eksternal (peluang dan risiko) menjadi dasar tindakan. Analisis SWOT terdiri dari matriks faktor evaluasi internal (IFE) dan faktor evaluasi eksternal (EFE). Matriks IFE menggambarkan kekuatan dan kelemahan perusahaan, dan matriks Evaluasi Faktor Eksternal (IE) menunjukkan posisi perusahaan saat ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk membuat Matriks IFE (Internal Factor Evaluation) dan EFE (External Factor Evaluation), kita perlu mengevaluasi faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman) berdasarkan bobot yang mencerminkan pentingnya setiap faktor.

Langkah-langkah untuk Matriks IFE dan EFE

- a. Menilai Faktor-faktor Internal (IFE) dan Eksternal (EFE)
 1. Berikan bobot untuk masing-masing faktor (nilai antara 0,0 hingga 1,0, dengan total bobot untuk semua faktor internal dan eksternal harus 1,0).
 2. Berikan rating untuk setiap faktor (nilai antara 1 hingga 4)
 - 1 = Faktor sangat lemah (untuk IFE) atau sangat mengancam (untuk EFE).
 - 2 = Faktor lemah (untuk IFE) atau cukup mengancam (untuk EFE).
 - 3 = Faktor baik (untuk IFE) atau peluang cukup besar (untuk EFE).
 - 4 = Faktor sangat kuat (untuk IFE) atau peluang besar (untuk EFE).
 3. Menghitung skor total $\text{Skor total} = \text{Bobot} \times \text{Rating}$.

Tabel 1. Matriks IFE (Internal Factor Evaluation)

No	Faktor internal	Bobot	Rating	Skor (bobot x rating)
1	Kualitas produksi yang tinggi (standar ISO)	0.20	4	0.80
2	Produk memenuhi SNI	0.20	4	0.80
3	Kemampuan untuk menyediakan produk sesuai keinginan konsumen	0.15	3	0.45
4	Harga bahan baku yang tinggi	0.15	2	0.30
5	Terbatasnya pemasok bahan baku	0.15	2	0.30
6	Pemeliharaan sertifikasi SNI dan ISO	0.15	2	0.30
Total		1.00		3.95

Tabel 2. Matriks EFE (External Factor Evaluation)

No	Faktor eksternal	Bobot	Rating	Skor (bobot x rating)
1	Tren terbaru dalam produksi sprayer	0.20	4	0.80
2	Membuka wilayah baru, menambahkan pelanggan	0.25	3	0.75
3	Penjualan online melalui aplikasi	0.25	4	1.00
4	Ketergantungan pada cuaca yang buruk	0.15	2	0.30
5	Produk bisa ditiru oleh kompetitor	0.10	2	0.20
6	Perubahan regulasi standar SNI	0.05	2	0.10
Total		1.00		3.15

Penjelasan:

1. Matriks IFE mencerminkan kekuatan dan kelemahan internal perusahaan. Skor IFE secara keseluruhan adalah 3,95, yang menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kekuatan yang relatif kuat (skor 2,5 ke atas).
2. Matriks EFE mencerminkan peluang dan risiko eksternal yang dihadapi perusahaan. Skor EFE keseluruhan sebesar 3,15 menunjukkan bahwa perusahaan berada pada posisi yang cukup baik untuk memanfaatkan peluang eksternal dan mengatasi ancaman.

Hasil Interpretasi :

1. Matriks IFE (3,95) menunjukkan bahwa perusahaan mempunyai banyak kekuatan internal yang perlu dipertahankan dan dimaksimalkan, namun ada juga yang terkait dengan biaya dan pasokan bahan baku yang juga perlu diatasi.
2. Matriks EFE (3.15) menunjukkan bahwa perusahaan berada pada posisi yang baik untuk memanfaatkan tren pasar dan peluang eksternal seperti penjualan online, namun harus mewaspadaai ancaman cuaca dan persaingan.

Matriks ini memungkinkan perusahaan untuk mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk memperkuat posisi pasar mereka dan mengatasi tantangan yang ada.

Tabel 3. Matriks Swot

Faktor	Kekuatan (strengths)	Kelemahan (weaknesses)
Internal	1. Kualitas Produksi Tinggi (ISO) Menjamin standar mutu yang baik	1. Harga Bahan Baku Tinggi Membutuhkan strategi untuk mengurangi biaya produksi
	2. Produk Memenuhi SNI. Menjamin kualitas yang diakui oleh pasar.	2. Terbatasnya Pemasok Bahan Baku: Bergantung pada pemasok tertentu.
	3. Kemampuan Menyediakan Produk Sesuai Kebutuhan Pasar: Fleksibilitas dalam menyesuaikan produk.	3. Pemeliharaan Sertifikasi SNI dan ISO Membutuhkan waktu dan sumber daya untuk mempertahankan sertifikasi

Tabel 4. Matriks Swot

Faktor	Peluang (opportunities)	Ancaman (threats)
Eksternal	1. Ketergantungan pada Cuaca Faktor alam dapat mempengaruhi permintaan produk sprayer.	1. Ketergantungan pada Cuaca Faktor alam dapat mempengaruhi permintaan produk sprayer.
	2. Produk Tiruan oleh Kompetitor: Meniru produk dengan harga lebih murah, mengancam posisi pasar	2. Produk Tiruan oleh Kompetitor: Meniru produk dengan harga lebih murah, mengancam posisi pasar
	3. Perubahan Regulasi SNI Perubahan regulasi dapat mempengaruhi proses yang sudah ada di perusahaan.	3. Perubahan Regulasi SNI: Perubahan regulasi dapat mempengaruhi proses yang sudah ada di perusahaan.

Tabel 5. Strategi Kolaborasi (Tactical Strategies)

Strategi	Kolaborasi antara strengths dan opportunities	Kolaborasi antara weaknesses dan threats
SO (Strengths-Opportunities)	1. Memanfaatkan kualitas ISO dan SNI untuk mengikuti tren terbaru dalam produksi sprayer dan meningkatkan daya saing	1. Meningkatkan pemasok bahan baku: Kolaborasi dengan pemasok alternatif untuk mengurangi biaya bahan baku dan mengurangi ancaman dari ketergantungan pada pemasok
	2. Kemampuan untuk menyesuaikan produk dengan kebutuhan pasar bisa dimanfaatkan untuk memperluas pasar dan penjualan online. menjangkau lebih banyak pelanggan	2. Diversifikasi produk dan saluran pemasaran untuk menghadapi ancaman produk tiruan oleh kompetitor dan tetap menjaga kualitas produk
	3. Ekspansi wilayah baru: Menggunakan standar kualitas yang tinggi untuk menarik pelanggan baru di wilayah yang belum tergarap	
WO(Weaknesses-Opportunities)	1. Mengatasi harga bahan baku tinggi dengan mengeksplorasi peluang untuk penjualan online yang lebih efisien dan menurunkan biaya pemasaran.	1. Adaptasi terhadap perubahan regulasi SNI dengan cara memperbarui prosedur lebih cepat dan lebih efisien untuk menghindari biaya tinggi.
	2. Mengurangi ketergantungan pada pemasok bahan baku dengan mencari alternatif pemasok yang lebih terjangkau sambil mengikuti tren produksi sprayer terbaru.	2. Menjaga kualitas meskipun ada ancaman produk tiruan dengan meningkatkan fitur produk atau membedakan produk melalui Inovasi

Penjelasan strategi:

1. SO (Strengths-Opportunities):

Memanfaatkan kekuatan internal perusahaan (misalnya ISO, SNI, kemampuan menyesuaikan produk dengan kebutuhan pasar) untuk memanfaatkan peluang eksternal (misalnya tren terkini, perluasan pasar, penjualan online). Misalnya, gunakan reputasi Anda dalam hal kualitas produk untuk mengembangkan pasar baru.

2. WO (Kelemahan – Peluang):

Mengatasi kelemahan internal perusahaan (misalnya biaya bahan baku yang tinggi atau terbatasnya pemasok bahan baku) dengan memanfaatkan peluang eksternal (misalnya penjualan online atau mengadopsi tren terkini).

3. ST (Strengths-Threats):

Memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk berkembang Untuk mengatasi ancaman eksternal seperti ketergantungan dan produk palsu dari kompetitor. Misalnya, memperkuat sistem logistik Anda, menciptakan diferensiasi yang jelas, dan mengurangi ancaman pesaing.

4. WT (Ancaman Kelemahan):

Strategi ini berfokus pada mitigasi risiko terkait kelemahan internal dan ancaman eksternal. Misalnya mengantisipasi perubahan peraturan SNI dan memperbarui proses perusahaan. Mengurangi biaya lebih cepat dan mengurangi potensi gangguan bisnis. Matriks SWOT dan strategi kerjasama ini memungkinkan perusahaan mengambil tindakan yang lebih tepat sasaran untuk memanfaatkan kekuatan dan peluang serta mengurangi kelemahan dan ancaman yang ada.

SIMPULAN DAN SARAN

Tujuan penelitian ini merupakan buat mengoptimalkan produksi sprayer menggunakan memakai analisis SWOT yg diperkuat sang matriks penilaian faktor internal & eksternal (IFE) & EFE. Hasil analisis memberitahuakn bahwa usaha mempunyai kekuatan internal yg signifikan, misalnya baku kualitas ISO & SNI, dan kemampuan buat menyesuaikan produk menggunakan kebutuhan pasar. Kelemahan internal, bagaimanapun, merupakan harga bahan standar yg tinggi & jumlah pemasok bahan standar yg terbatas. Perusahaan bisa memperkuat posisinya pada pasar melalui peluang eksternal, misalnya tren produksi terbaru, penjualan online, & perluasan daerah pasar. Namun, perusahaan pula menghadapi ancaman eksternal, misalnya cuaca, produk tiruan menurut pesaing, & perubahan SNI. Dengan memakai taktik berbasis SWOT, usaha bisa:

1. Memanfaatkan peluang menggunakan kekuatan terbaik (SO Strategy).
2. Strategi WO mengatasi kelemahan menggunakan peluang eksternal.
3. Menggunakan taktik ST buat menghadapi ancaman.
4. Mengurangi kelemahan buat mengurangi dampak ancaman (Strategi WT).

Jadi, perusahaan berada pada posisi yg relatif baik buat memanfaatkan kesempatan & menghadapi kesulitan. Untuk mempertinggi efisiensi operasional & daya saing, rekomendasi strategis serius dalam penemuan produk, diversifikasi pemasok bahan standar, & optimalisasi pemasaran digital.

Saran untuk Penelitian yang perlu dilakukan mencakup beberapa area utama: pertama, fokus pada inovasi dan peningkatan kualitas produk untuk memanfaatkan peluang pasar, dengan menyesuaikan diri pada tren terkini serta mengembangkan produk yang dapat membedakan diri dari pesaing. Kedua, penelitian terkait manajemen rantai pasokan untuk mengatasi tingginya biaya bahan baku dengan mencari alternatif yang lebih efisien. Ketiga, pengembangan strategi diferensiasi dan branding yang dapat meningkatkan daya saing serta mengatasi ancaman produk palsu. Keempat, analisis terhadap regulasi SNI dan perubahan peraturan yang dapat mempengaruhi operasi perusahaan. Terakhir, penelitian tentang penggunaan teknologi untuk mendukung penjualan online serta strategi ketahanan bisnis dalam menghadapi ancaman eksternal dan mengurangi risiko internal.

REFERENSI

- Braun, V., & Clarke, V. (2019). *Thematic Analysis: A Practical Guide*. SAGE Publications.
- Aminah, L., & Wardhani, P. (2020). *Implementasi Analisis SWOT dalam Perencanaan Produksi pada Perusahaan Manufaktur*. *Jurnal Teknik Industri*, 12(2), 34-47.
- Alfarisi, M., & Hidayah, A. (2021). *Optimalisasi Produksi melalui Analisis SWOT dan Matriks IFE-EFE*. *Jurnal Manajemen Produksi*, 8(1), 56-68.
- Dewi, S. R., & Prihatin, D. (2021). *Pengaruh SWOT terhadap Keputusan Strategi Produksi di Industri Manufaktur*. *Jurnal Teknik dan Bisnis*, 9(3), 78-89.
- Fadilah, F., Gunawan, S., & Lestari, T. (2022). *Peran Matriks IFE-EFE dalam Efisiensi Produksi*. *Jurnal Ekonomi Manufaktur*, 7(1), 112-126.
- Hadi, R., & Wahyuni, I. (2020). *Integrasi Analisis SWOT dan Matriks IFE-EFE dalam Perencanaan Produksi*. *Jurnal Perencanaan Industri*, 14(2), 67-79.
- Hidayati, S., & Junaidi, M. (2023). *Matriks IFE dan EFE untuk Pengelolaan Strategi Produksi yang Lebih Efektif*. *Jurnal Manajemen Operasional*, 10(1), 56-72.
- Marwoto, A., & Soebijanto, B. (2022). *Evaluasi Proses Produksi Menggunakan Matriks IFE-EFE*. *Jurnal Manajemen Industri*, 13(1), 45-59.
- Rahmawati, N., Gunawan, Y., & Lestari, F. (2022). *Analisis Faktor Eksternal dalam Produksi Sprayer: Sebuah Studi Kasus*. *Jurnal Teknologi dan Manufaktur*, 10(2), 87-98.
- Rohmah, R., & Widodo, R. (2021). *Peran Kewirausahaan dalam Optimalisasi Produksi Manufaktur*. *Jurnal Kewirausahaan dan Bisnis*, 5(3), 34-46.
- Wahyuni, I., & Setiawan, H. (2021). *Tantangan Implementasi Strategi Produksi pada Industri Manufaktur*. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 12(1), 100-114.
- Mutiarasari, A., Moha, K., Mokoagow, L., & Olii, R. (2023). *Analisis strategi pemasaran menggunakan matriks SWOT, matriks IFE, matriks EFE, dan matriks IE (Studi kasus pada bisnis Banjagim.id)*. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 7(1), 224–234. (Mutiarasari et al., 2023).
- Sulasih. (2019). *Implementasi matrik EFE, matrik IFE, matrik SWOT dan QSPM untuk menentukan alternatif strategi guna meningkatkan keunggulan kompetitif bagi usaha produksi kelompok buruh pembatik di Keser Notog Patikraja Banyumas*. *Jurnal E-Bis*, 3(1), 27–38. (Sulasih, 2019).
- Sunarjanto, N. A. (2018). *Kajian model klasifikasi kegagalan bisnis usaha mikro kecil dan menengah*. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 2(1), 120. (Sunarjanto, 2018).
- Soelaiman, L., & Utami, A. R. (2021). *Faktor-faktor yang memengaruhi adopsi media sosial Instagram dan dampaknya terhadap kinerja UMKM*. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 5(1), 124. (Soelaiman & Utami, 2021).
- Nuringsih, K., & Edalmen, E. (2021). *Local food entrepreneurship: Sebagai model pengembangan kewirausahaan berkelanjutan*. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 5(2), 457. (Nuringsih & Edalmen, 2021).
- Pebriyanti, F. E., & Widodasih, R. R. W. K. (2023). *Analisis strategi keunggulan bersaing dengan pendekatan SWOT pada UMKM Azkia Collection, Cikarang Selatan Kabupaten Bekasi*. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 6(2), 704–710. (Pebriyanti & Widodasih, 2023).
- Perdana, R. (2021). *Analisa SWOT dan strategi pemasaran yang diterapkan PT Panen Mas Indonesia dan dampaknya terhadap kepuasan dan kesetiaan pelanggan*. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(3), 291. (Perdana, 2021).
- Sunarsasi, & Hartono, N. R. H. (2020). *Strategi pemasaran usaha kecil menengah di Kabupaten Blitar (Studi pada UKM Cap Kuda Terbang Bu Sulasmi)*. *Jurnal Translitera*, 9(1), 22–31. (Sunarsasi & Hartono, 2020).

- Abdurrahman, D., & Toharudin, T. (2020). *Analisis SWOT pada industri rumahan dalam pengelolaan strategi bisnis*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 6(2), 110–119. (Abdurrahman & Toharudin, 2020).
- Rahman, I. (2021). *Analisis SWOT dalam meningkatkan kinerja produksi perusahaan manufaktur*. Jurnal Sains dan Teknologi, 10(4), 243–255. (Rahman, 2021).
- Mulyadi, A., & Kartika, R. (2022). *Evaluasi strategi produksi dengan pendekatan SWOT dan matriks EFE-IFE pada industri menengah*. Jurnal Teknik Industri dan Manajemen, 11(3), 98–109. (Mulyadi & Kartika, 2022).
- Widjaja, S., & Harjono, Y. (2023). *Penerapan analisis SWOT dalam meningkatkan efisiensi operasional pada perusahaan alat berat*. Jurnal Teknik Mesin dan Manufaktur, 14(2), 56–70. (Widjaja & Harjono, 2023)
- Creswell, J. W. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2020). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. SAGE Publications.
- Sunarjanto, B. (2018). *"Optimalisasi Strategi Produksi dengan Analisis SWOT dan Matriks IFE-EFE"*. Jurnal Strategi Bisnis Manufaktur.