

### ANALISIS STRATEGI PEMASARAN UMKM USAHA ARANG UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN (STUDI USAHA BAPAK SUWARTO TULANG BAWANG BARAT)

Nadia Ramadhani<sup>1</sup>, Desi Puspita<sup>2</sup>, Wildan Fathon Ardifa<sup>3</sup>, Vicky F Sanjaya<sup>4</sup>

Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung<sup>1,2,3,4</sup>

[ramadhaninadia220@gmail.com](mailto:ramadhaninadia220@gmail.com)<sup>1</sup>, [desip8246@gmail.com](mailto:desip8246@gmail.com)<sup>2</sup>, [wildannfathon@gmail.com](mailto:wildannfathon@gmail.com)<sup>3</sup>

[vicky@radenintan.ac.id](mailto:vicky@radenintan.ac.id)<sup>4</sup>

#### ABSTRAK

*This study aims to analyze the marketing strategies of the charcoal business owned by Mr. Suwanto in Tulang Bawang Barat using the SWOT approach (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). SWOT analysis is one of the frequent analysis tools used to formulate company strategy. In this research, the method used is descriptive qualitative, using data collection techniques in the form of direct interviews with Mr. Suwanto Tulang Bawang Barat, owner of a charcoal business. The results show that the business's main strengths include high combustion efficiency and abundant raw material availability. However, weaknesses such as traditional production technology and lack of product innovation pose significant challenges. On the other hand, export market opportunities and product diversification present substantial potential for business growth. Threats such as environmental regulations and dependence on loyal customers need to be managed effectively. Diversification strategies are recommended to enhance competitiveness and leverage internal strengths.*

**Keywords :** *Marketing Strategy; SWOT Analysis; Charcoal*

#### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran usaha arang Bapak Suwanto di Tulang Bawang Barat melalui pendekatan SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Analisis SWOT merupakan salah satu alat analisis yang sering digunakan untuk merumuskan strategi perusahaan. Dalam penelitian ini metode yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif, dengan menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara langsung kepada pak Suwanto Tulang Bawang Barat pemilik usaha arang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan utama usaha ini meliputi daya bakar arang yang tinggi dan ketersediaan bahan baku melimpah. Namun, kelemahan seperti teknologi produksi tradisional dan kurangnya inovasi produk menjadi tantangan utama. Di sisi lain, peluang pasar ekspor dan diversifikasi produk memberikan potensi besar untuk pengembangan usaha. Ancaman seperti regulasi lingkungan dan ketergantungan pada konsumen tetap harus dikelola dengan baik. Strategi diversifikasi direkomendasikan untuk meningkatkan daya saing dan memanfaatkan kekuatan internal.

**Kata Kunci :** *Strategi Pemasaran; Analisis SWOT; Arang*

#### PENDAHULUAN

Tujuan utama sebuah usaha pada umumnya adalah mencari keuntungan sebesar-besarnya. agar hasil penjualan tersebut dapat maksimal, maka sebuah usaha harus gencar dalam pemasarannya. Pemasaran tidak akan berjalan sesuai dengan rencana usaha, apabila mengabaikan faktor utama yaitu promosi dalam memperkenalkan produk yang dihasilkan kepada calon pelanggan .

Strategi pemasaran adalah logika pemasaran dimana perusahaan berharap untuk menciptakan nilai pelanggan dan mencapai hubungan yang menguntungkan (Kotler and Armstrong, 2016). Peranan strategi pemasaran sangat penting bagi dunia usaha, sebab strategi pemasaran memiliki pengaruh besar untuk mencapai keberhasilan suatu usaha. Jika Usaha

dapat menerapkan strategi pemasaran dengan baik posisi atau tempat usaha di pasar dapat meningkat dan berkembang. Selain memikirkan strategi pemasaran Usaha juga harus memikirkan ancaman dan peluang yang ditimbulkan dari persaingan. inti dari pemasaran (marketing) adalah mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan social. Menurut Alma(2013:1).

UMKM telah menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia dan ASEAN. Sekitar 88,8-99,9% bentuk usaha di ASEAN adalah UMKM dengan banyaknya lapangan tenaga kerja mencapai 51,7-97,2%. Oleh karena itu, kerjasama untuk pengembangan dan kekuatan UMKM perlu diutamakan. Memperhatikan kondisi tersebut menimbulkan para usaha semakin dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat dalam memenuhi kapasitas target penjualan. Industri UMKM di tanah air saat ini menghadapi situasi yang demikian sulit di tengah perubahan lingkungan bisnis yang semakin kompleks. Persaingan pun telah menjadi makin ketat seiring dengan derasnya arus perdagangan bebas yang secara otomatis membuat kompetisi datang dari segala penjuru baik domestik, regional, maupun global. Saat ini tidak hanya barang- barang fashion, kecantikan, barang-barang kebutuhan rumah tangga saja yang bisa dipromosikan barang-barang hasil bumi yang telah diolah juga dapat dipasarkan. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara ataupun suatu daerah, tidak terkecuali di Indonesia. Di antara usaha kecil menengah (UMKM) yang ada di Tulang Bawang Barat salah satunya adalah usaha Arang.

Arang merupakan suatu padatan berpori yang tersimpan 85-95% karbon, dihasilkan dari bahan-bahan yang tersimpan karbon dengan pemanasan pada suhu tinggi. Ketika pemanasan berlangsung, diupayakan agar tidak terjadi kebocoran udara didalam ruangan pemanasan sampai bahan yang tersimpan karbon tersebut hanya terkarbonisasi dan tidak teroksidasi. Produksi arang tidak hanya memberikan nilai tambah pada limbah kayu, tetapi juga menjadi sumber pendapatan utama bagi sebagian besar usaha yang ada di Tulang Bawang Barat. Pembuatan arang sudah membuktikan kesuksesan sebagai usaha untuk meraih penghasilan tambahan yang nyata, biaya modal terjangkau bagi petani atau usaha kecil menengah (UMKM). Usaha ini merupakan usaha yang menjual arang dengan harga yang paling murah di antara usaha-usaha lainnya namun masih belum mampu dalam mempromosikan arang secara maksimal.

Usaha arang milik Bapak Suwanto di Tulang Bawang Barat merupakan salah satu contoh UMKM yang berpotensi untuk berkembang lebih jauh. Namun, seperti halnya banyak UMKM lainnya, usaha ini menghadapi berbagai tantangan, khususnya dalam hal pemasaran. Beberapa kendala yang dihadapi antara lain kurangnya diversifikasi strategi pemasaran, terbatasnya akses pasar, serta minimnya pemanfaatan teknologi dalam mempromosikan produk. Kondisi ini mempengaruhi kemampuan usaha dalam meningkatkan volume penjualan dan daya saingnya di pasar. Tingginya ketidakpastian lingkungan eksternal dan intensitas persaingan dalam lingkungan dinamis mendorong perusahaan untuk meningkatkan penyesuaian strategi bisnisnya agar dapat mencapai kinerja usaha yang diharapkan (Hashim et al.,2001).

Strategi pemasaran merupakan suatu faktor utama yang membuktikan keberhasilan UMKM dalam menghadapi persaingan pasar. Analisis yang mendalam terhadap strategi pemasaran diperlukan untuk mendalami bagaimana usaha arang ini dapat memanfaatkan peluang dan mengatasi tantangan yang ada. Pendekatan ini mencakup evaluasi terhadap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (analisis SWOT) untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan relevan dengan

kebutuhan pasar. Maka dari itu untuk menghadapi persaingan- persaingan tersebut sebuah perusahaan memerlukan suatu proses pemahaman terhadap situasi internal perusahaan itu sendiri dan lingkungan eksternal Dimana perusahaan akan bersaing (Munawir 2005).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran yang digunakan oleh usaha arang milik Bapak Suwarto di Tulang Bawang Barat. Fokus penelitian mencakup identifikasi strategi yang ada, evaluasi efektivitasnya, serta peningkatan rekomendasi strategis yang dapat membantu meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan UMKM, khususnya di sektor usaha arang, demi menjadi referensi dalam implementasi strategi pemasaran yang lebih inovatif dan berkelanjutan.

## **Analisis Swot**

### **Matriks IFE dan Matriks EFE**

Matriks IFE (Internal Factor Evaluation) dan EFE (Eksternal Factor Evaluation) terdiri dari kolom, bobot, rating dan total nilai yang merupakan hasil perkalian dari bobot dan rating. Untuk kolom bobot dan rating diisi sesuai dengan nilai yang merupakan hasil dari pengelompokan factor – factor internal dan eksternal berdasarkan tingkat kepentingannya. Menurut David (2009) menyatakan bahwa matriks IFE digunakan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan. Matriks EFE digunakan untuk mengidentifikasi factor – factor eksternal perusahaan.

## **Analisis SWOT**

Analisis SWOT (SWOT analysis) adalah mengambil jalan untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang menentukan kinerja perusahaan. Selanjutnya Fredi Rangkuti (2004: 18) menjelaskan bahwa Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strength) dan peluang (opportunity), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (weakness) dan ancaman (threats).

Menurut David (2006:284), SWOT adalah alat untuk mencocokkan yang penting, yang membantu manajer mengembangkan strategi bisnis berdasarkan: SO (Kekuatan-Peluang/ Strengths-Opportunities), WO (Kelemahan- Peluang/Weaknesses-Opportunities),(Kekuatan-Ancaman/ Strengths-Threats), WT (Kelemahan-Ancaman/ Weaknesses-Threats).

metode SWOT selak landasan dasar perumusan strategi pemasaran untuk menaikkan nilai daya saing bagi produknya, strategi ini harus dilibatkan dengan memanfaatkan metode SWOT sebagai metode utama memanfaatkan menaikkan penjualan, faktor-faktor internal dan eksternal mewujudkan langkah-langkah awal untuk Menjalankan strategi-strategi bagi mengoptimalkan usaha untuk meraih kesuksesan.

Dari hasil analisis SWOT berhasil diketahui tentang kekuatan dan kelemahan perusahaan itu sendiri dan peluang serta ancaman yang dihadapinya sesudah perusahaan mengetahui dan mengenal hasil analisis SWOT, maka perusahaan mampu menentukan strategi pemasarannya, akan menyerang para pesaingnya atau justru mempertahankan diri Oleh pesaingnya.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk suatu kajian yang bersifat deskriptif (Hyejin Kim, 2017). Metode penelitian ini pada umumnya digunakan untuk meneliti sebuah fenomena sosial (Gasiorowski, 2012).Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian analisis kualitatif deskriptif. Metode analisis deskriptif yaitu merupakan cara merumuskan dan menafsirkan data yang ada sehingga memberikan gambaran yang jelas mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data berupa wawancara langsung dengan menunjukan beberapa pertanyaan kepada pak Suwarto Tulang bawang Barat pemilik usaha arang terkait informasi yang dibutuhkan. Data kualitatif adalah data

yang dinyatakan dalam bentuk bilangan, atau dengan data yang disajikan dalam bentuk kata – kata yang mengandung makna (Noor, 2014). Data kualitatif pada penelitian ini berupa data hasil wawancara langsung, catatan di lapangan . Setelah itu data dikumpulkan lalu diolah dan dijelaskan sesuai data tersebut. Penilaian deskriptif (kualitatif) yaitu dimana meliputi pengumpulan data untuk diuji hipotesis atau menjawab pertanyaan mengenai status terakhir dari subjek penelitian. Data deskriptif dikumpulkan melalui daftar pertanyaan dalam survey, wawancara, ataupun observasi (Kuncoro, 2003).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Usaha Arang Bapak Suwanto Tulang Bawang Barat merupakan usaha dibidang sumber daya alam yang sudah dikelola yaitu Arang. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha, usaha ini merupakan salah satu UMKM di Tulang Bawang Barat Provinsi Lampung yang berdiri sejak 02 Agustus 2016 dengan jumlah keseluruhan total tenaga kerja saat 6 orang. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha, hingga tahun 2024, Usaha Arang Bapak Suwanto hanya melakukan pemasaran secara offline seperti mount to mount dan relasi. Usaha Arang Bapak Suwanto belum mengembangkan bisnisnya melalui media sosial yang saat ini sedang booming, pelaksanaan pemasaran di media sosial tidak optimal sehingga dibutuhkan strategi-strategi baru untuk terus menambah pemasaran secara global. Berdasarkan pada usaha tentang kekuatan (S), kelemahan (W), peluang (O), dan ancaman (T) yang dihadapi oleh Usaha Arang Bapak Suwanto dapat disajikan dalam bentuk matriks SWOT yang berisi poin-poin penting untuk masing-masing unsur SWOT sebagai strategi yang akan/dapat diambil oleh Usaha Arang Bapak Suwanto

### **Kekuatan (Strengths)**

Arang Memiliki daya bakar yang baik (6.000 hingga 7.000 kkal)  
Angka ini menunjukkan nilai kalor atau energi yang dihasilkan oleh bahan bakar saat dibakar. Nilai kalor 6.000-7.000 kkal tergolong tinggi, sehingga bahan bakar ini efisien untuk menghasilkan panas atau energi.

UMKM usaha arang memiliki Sumber bahan baku melimpah Menunjukkan bahwa bahan baku untuk memproduksi bahan bakar ini tersedia dalam jumlah besar dan mudah diakses, dan ramah lingkungan penggunaan bahan bakar ini menghasilkan emisi atau dampak lingkungan yang lebih rendah dibandingkan bahan bakar lain. usaha Arang milik pak Suwanto merujuk pada bahan bakar yang berasal dari sumber terbarukan atau yang menghasilkan sedikit polusi. Dan memiliki Konsumen tetap Artinya, ada pasar atau pelanggan yang secara konsisten menggunakan produk ini. hal ini mencerminkan kestabilan permintaan dan potensi keberlanjutan bisnis.

### **Kelemahan (Weaknesses)**

UMKM usaha arang milik pak Suwanto Tulang Bawang Barat Kurangnya inovasi produk Ketika produk tidak mengalami pembaruan atau inovasi dalam desain, fungsi, atau teknologi, hal ini dapat membuatnya kalah bersaing di pasar. Produk yang kurang inovatif cenderung tidak menarik perhatian konsumen baru dan mungkin tidak memenuhi kebutuhan yang terus berkembang. Penggunaan dari usaha ini masih menggunakan Teknologi produksi tradisional Penggunaan teknologi yang kuno atau tidak efisien dapat menurunkan produktivitas dan meningkatkan biaya produksi. Selain itu, teknologi tradisional mungkin menghasilkan produk yang kualitasnya tidak konsisten dan kurang kompetitif dibandingkan dengan produk yang dibuat menggunakan teknologi modern.

### **Peluang (Opportunities)**

Terdiri dari Pasar ekspor yang luas Dengan adanya permintaan dari pasar internasional, Usaha arang memiliki potensi untuk menjangkau konsumen di luar negeri. Pasar ekspor terhadap arang yang luas dapat meningkatkan volume penjualan, memperluas jaringan distribusi, dan memperkuat posisi bisnis di tingkat global. Selain itu, permintaan ekspor sering kali memberikan nilai jual yang lebih tinggi dibandingkan pasar lokal.

Membangun Kemitraan dengan pengepul arang di beberapa provinsi Menjalini kerja sama dengan pengepul di berbagai wilayah dapat memastikan kelancaran pasokan bahan baku sekaligus memperluas distribusi arang. Kemitraan ini dapat menciptakan jaringan yang solid, meningkatkan efisiensi logistik, dan memperluas jangkauan pasar lokal serta regional.

### Ancaman (*Threath*)

terdapat sejumlah ancaman yang membutuhkan kewaspadaan yaitu Masih bergantungnya produsen terhadap konsumen tetap Ketergantungan pada konsumen tetap menimbulkan risiko jika salah satu atau beberapa pelanggan utama berhenti membeli arang. Situasi ini dapat mengganggu stabilitas bisnis. Ketergantungan ini juga menunjukkan kurangnya diversifikasi pasar, yang dapat membatasi peluang untuk menjangkau konsumen baru dan memperluas pasar.

Kurang inovasi di dalam teknologi Minimnya inovasi teknologi dapat menyebabkan proses produksi menjadi kurang efisien, kualitas produk stagnan, atau biaya produksi tetap tinggi. Hal ini juga dapat membuat produk kalah bersaing di pasar, terutama jika pesaing sudah menggunakan teknologi modern yang menghasilkan produk dengan kualitas lebih baik dan biaya lebih rendah. Yang harus di hadapi dalam ancaman ini Meningkatkan loyalitas konsumen Selain mencari pelanggan baru, menjaga pelanggan tetap juga penting. Dan melakukan riset dan pengembangan

#### 1. Analisis Faktor Internal Dengan Menggunakan IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*)

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
<b>Kekuatan (<i>Strength</i>)</b>				
1.	Memiliki daya bakar yang baik 6.000 hingga 7.000 kcl	0,13	4.00	0,52
2.	Sumber bahan baku melimpah	0,19	5.00	0,97
3.	Ramah Lingkungan	0,13	3.50	0,45
4.	Konsumen tetap	0,19	2.00	0,39
	<b>Total</b>			<b>2.33</b>
<b>Kelemahan (<i>Weakness</i>)</b>				
1.	Kurangnya inovasi produk	0,19	2.00	0,39
2.	Kadar air yang tinggi	0,19	2.50	0,48
3.	Teknologi produksi tradisional	0,16	2.00	0,32
	<b>Total</b>			<b>1.94</b>
<b>Total Skor Bobot Kekuatan dan Kelemahan</b>		<b>1.00</b>		<b>3.13</b>

#### 1. Analisis Faktor Internal Dengan Menggunakan EFAS (*Ekternal Factors Analysis Summary*)

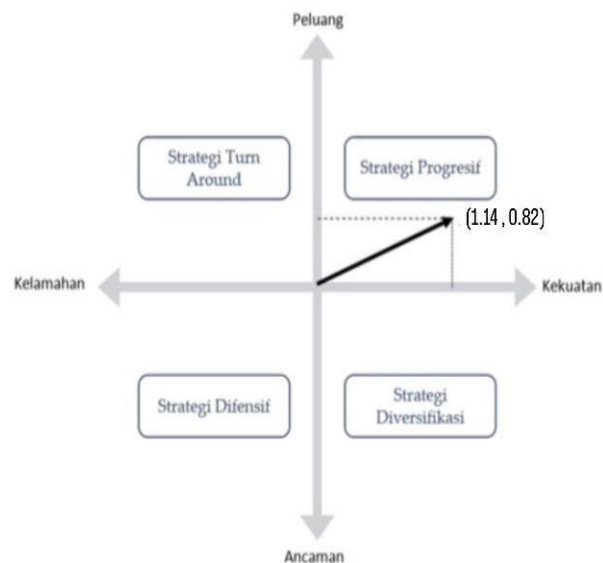
No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
----	------------------	-------	--------	------

<b>Peluang (<i>Opportunities</i>)</b>				
1.	Pasar ekspor yang luas	0,27	4	1,09
	Kemitraan dengan pengepul arang di beberapa provinsi	0,27	2	0,55
	<b>Total</b>			<b>1.64</b>
<b>Ancaman (<i>Threat</i>)</b>				
1.	Masih bergantungnya produsen terhadap konsumen tetap	0,18	1.5	0,27
2.	Kurang inovasi di dalam teknologi	0,27	2	0,55
	<b>Total</b>			<b>0,82</b>
<b>Total Skor Bobot Peluang dan Ancaman</b>		<b>1,00</b>		<b>2,45</b>

Berdasarkan hasil analisis faktor internal dan eksternal tersebut, maka didapatkan tabel analisis SWOT dalam Tabel 1. Berdasarkan hasil Tabel 1 maka selanjutnya dilakukan analisis kualitatif terhadap data SWOT. Hasil matrik IFAS didapatkan nilai 3.13. Nilai bobot untuk setiap faktor internal terlihat pada Tabel 2. Analisis kuantitatif terhadap data SWOT untuk perhitungan nilai bobot untuk setiap faktor eksternal didapatkan hasil 2.45 dengan rincian pada Tabel 2.

Matrik IFAS dan matrik EFAS menunjukkan bahwa total nilai IFAS sebesar 3.13 dan total nilai EFAS sebesar 2.45. Selisih kekuatan dan kelemahan bernilai positif Selisih kekuatan dan kelemahan dihitung dari IFAS Selisih positif (kekuatan - kelemahan) Karena nilai tengah untuk IFAS biasanya 2.50 (skala 1–4). Maka: Selisih positif  $3.13 - 2.50 = 0.63$  dan Selisih kekuatan dan kelemahan (total) Selisih total dihitung berdasarkan skor aktual (tanpa pembagian positif atau negatif). Selisih kekuatan dan kelemahan  $3.13 - 2.45 = 0.68$

### Diagram Analisis SWOT



Usaha Arang Bapak Suwarto pada kuadran 1 (1.14, 0.82) pada matriks IFAS dan EFAS dimana menggunakan pendekatan strategi Progresif dimana pengelola bersifat agresif dalam mengoptimalkan Kekuatan untuk menangkap Peluang. Usaha Arang Bapak Suwarto memiliki karakteristik tersendiri sehingga sudah memiliki konsumen tetap. Harga arang kayu per karung mencapai Rp 31.000 - Rp 38.000, jika konsumen membeli dengan

kilo gram maka harga mencapai Rp 1.500 - 2.500 per/kg. Arang kayu Pak Suwanto merupakan arang yang berkualitas sehingga dan sudah bekerjasama dengan pengepul-pengepul arang di beberapa provinsi.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti, dengan menggunakan metode analisis SWOT, dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Kekuatan Usaha: Usaha arang memiliki daya bakar yang baik (6.000–7.000 kcl) dan bahan baku yang melimpah, menjadi faktor utama keberhasilan dalam mempertahankan operasional.
- b. Kelemahan Usaha: Teknologi produksi masih tradisional, dan kurangnya inovasi produk menghambat perkembangan usaha dalam menghadapi persaingan.
- c. Peluang: Kemitraan dengan pengepul arang di beberapa provinsi, pasar ekspor yang luas, dan diversifikasi produk memberikan potensi signifikan untuk memperluas jangkauan pasar.
- d. Ancaman: Regulasi lingkungan dan ketergantungan pada konsumen tetap menjadi risiko yang dapat memengaruhi keberlangsungan usaha.

Strategi pemasaran mendukung diversifikasi sebagai langkah utama untuk mengoptimalkan kekuatan dan peluang yang ada.

- a. Peningkatan Teknologi Produksi: Investasi dalam teknologi modern untuk meningkatkan efisiensi produksi dan mengurangi dampak lingkungan.
- b. Diversifikasi Produk: Mengembangkan produk arang aktif dan briket untuk menjangkau pasar yang lebih luas, baik domestik maupun internasional.
- c. Pemanfaatan Digital Marketing: Memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk mempromosikan produk dan memperluas jangkauan konsumen.
- d. Kemitraan Strategis: Bangun hubungan dengan mitra lokal dan internasional untuk mengamankan pasar ekspor dan bahan baku secara berkelanjutan.
- e. Peningkatan Kompetensi: Pelatihan bagi tenaga kerja untuk mengadopsi teknologi baru dan meningkatkan kualitas produk.

Dengan penerapan strategi ini, usaha arang diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan operasional

## REFERENSI

- Syah, R. F., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2021). Analisis SWOT dalam Strategi Pemasaran Produk Perbankan Syariah di Indonesia. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 3(3), 396-416.
- Remetwa, M. G. K., Ardianto, Y. T., & Sisharini, N. (2018). Analisis strategi dan sistem informasi manajemen dengan menggunakan Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (SWOT) pada Kantor Pos Malang 65100. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(1), 38-45.
- Rochman, I. (2019). Analisis SWOT dalam Lembaga Pendidikan (Studi Kasus di SMP Islam Yogyakarta). *Al Iman: Jurnal Keislaman Dan Masyarakat*, 3(1), 36-52
- Sope, A. S. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan. *JIBEMA: Jurnal Ilmu Bisnis, Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 1(2), 87-100.
- Nisak, Z. (2013). Analisis SWOT untuk menentukan strategi kompetitif. *Jurnal Ekbis*, 9(2), 468-476.
- Elyarni, R., & Hermanto, H. (2016). Analisis SWOT Terhadap Strategi Pemasaran Layanan SAP Express pada PT. SAP. *Jurnal Metris*, 17(02), 81-88.
- Dewi, R., Azhari, A., & Nofriadi, I. (2021). Aktivasi karbon dari kulit pinang dengan menggunakan aktivator kimia KOH. *Jurnal Teknologi Kimia Unimal*, 9(2), 12-22