

Analisis Swot Untuk Pengembangan Objek Wisata Dalam Menghadapi Pesaing Kakuta Kota Binjai

Riza Ayu Asmita¹, Juliana Nasution², Muhammad Ikhsan Harahap³

^{1,2,3} Manajemen, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana cara kerja analisis SWOT faktor internal dan eksternal digunakan sebagai strategi peningkatan daya saing di Kakuta kota Binjai. Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif, dengan menggunakan data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis SWOT sebagai alat analisis strategis bagi perusahaan yang dapat mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) yang mempengaruhi Kakuta kota Binjai. Matriks IFAS, matriks EFAS, diagram SWOT dan matriks SWOT kemudian digunakan untuk analisis. Berdasarkan hasil analisis, faktor internal sebesar 3,3 dan faktor eksternal sebesar 3,4. Titik koordinat yang dihasilkan adalah $x = 1,7$ dan $y = 1,4$ berada pada kuadran I, yang artinya mendukung kebijakan pertumbuhan usaha bisnis yang agresif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kakuta di kota Binjai dapat memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada untuk terus berkembang dan bersaing dengan strategi SO.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Strategi Pemasaran, Matriks IFE, Matriks EFE

Abstract

The purpose of this research is to find out how SWOT analysis of internal and external factors is used as a strategy to increase competitiveness in Kakuta, Binjai city. In this study using a type of descriptive qualitative research, using data obtained from interviews, observation and documentation. SWOT analysis as a strategic analysis tool for companies that can identify internal factors (strengths and weaknesses) and external (opportunities and threats) that affect Kakuta Binjai city. The IFAS matrix, EFAS matrix, SWOT diagram and SWOT matrix were then used for analysis. Based on the results of the analysis, the internal factor is 3.3 and the external factor is 3.4. The resulting coordinate points are $x = 1.7$ and $y = 1.4$ which are in quadrant I, which means that they support aggressive business growth policies. The results of the study show that Kakuta in Binjai city can take advantage of existing strengths and opportunities to continue to develop and compete with the SO strategy.

Keywords: SWOT Analysis, Marketing Strategy, IFE matrix, EFE matrix

Copyright (c) 2023 Riza Ayu Asmita

✉ Corresponding author :

Email Address : Rizaayuasmita2@gmail.com¹, Juliananasution@uinsu.ac.id²,
m.ikhsan.harahap@uinsu.ac.id³

PENDAHULUAN

Kota Binjai adalah kota yang terletak pada provinsi Sumatera Utara, Indonesia. Kota ini identik dengan buah rambutan dan mendapat julukan sebagai *smart city* yang berada di 22 kilometer bagian sebelah barat kota Medan. Kota asri ini dikatakan sebagai daerah yang strategis karena menghubungkan wilayah Medan dengan provinsi Aceh. Kota Binjai menjadi salah satu tempat destinasi wisata menarik untuk tujuan liburan dikarenakan Binjai memiliki cukup banyak tempat wisata seperti persawahan yang dijadikan tujuan wisata. Perkembangan dan pengembangan sektor pariwisata di dalam dan sekitar kota Binjai tergolong pesat. Banyak taman telah dibuat dan wisata alam dikelola oleh masyarakat setempat.

Menurut Amir Hamzah selaku wali kota Binjai, kota Binjai merupakan daerah strategis menuju provinsi dan daerah pembangunan Mebidang (Medan, Binjai, Deli Serdang) sehingga sangat potensial untuk pembangunan usaha dan investasi. Visi misi RPJMD kota Binjai yang dirumuskan dalam RPJMD tahun 2021-2026 yaitu mewujudkan Binjai yang lebih maju, berbudaya dan religius. Pengembangan sektor pariwisata diarahkan berbasis kuliner dan budaya untuk menyokong perekonomian Sumatera Utara. Untuk meningkatkan pariwisata bagi kemajuan daerah, berbagai upaya dilakukan untuk menarik wisatawan dilakukan oleh Dinas Pariwisata kota Binjai. Diantaranya, membuat rambu penunjuk jalan ke arah cagar budaya di 3 gerbang masuk ke kota Binjai dan adanya papan penunjuk arah untuk ke masing-masing destinasi wisata. Membuat website dan berbagai program untuk mempromosikan para pelaku usaha dalam hal-hal terkait wisata.

Pariwisata kota Binjai memiliki potensi yang bisa diandalkan. Terutama dalam hal makanan dan minuman yang sebagian berupa kafe dan restoran yang diselenggarakan dengan pengembangan usaha pariwisata termasuk salah satunya adalah Kakuta Binjai. Kakuta merupakan objek wisata baru di tengah sawah yang menawarkan view pemandangan indah yaitu hamparan persawahan yang luas dengan berbagai fasilitas yang ada. Lokasi Kakuta Binjai berada pada Jalan Pertamina, Cengkeh Turi, Kecamatan Binjai Utara, Kota Binjai, Sumatera Utara, 20747. Pengunjung bisa menikmati kafe bernuansa Bali di tengah sawah dan lokasi foto yang kekinian selalu dicari oleh para pencinta foto karena mempunyai daya tarik tersendiri. Hal yang menjadi daya tarik tempat ini yaitu konsep area wisata persawahan yang ditawarkan.

Banyak objek wisata baru yang dapat ditemukan, sehingga dalam hal ini perlu dilakukannya pengembangan industri pariwisata agar industri pariwisata dapat dioptimalkan dan dikelola menjadi objek wisata. Sektor pariwisata membutuhkan strategi pengembangan yang terencana dan terstruktur untuk memaksimalkan potensinya, meningkatkan jumlah wisatawan, memperkuat strategi pemasaran, serta mempromosikan pariwisata dengan memanfaatkan kemajuan teknologi. Dibutuhkan strategi yang tepat untuk meningkatkan minat berkunjung wisatawan. Metode yang dipergunakan pada penelitian ini ialah analisis SWOT, sebab memiliki banyak keunggulan dibandingkan metode lainnya. Melalui analisis SWOT dapat diketahui situasi dan rekomendasi strategis objek wisata dengan mengidentifikasi faktor internal dan eksternalnya.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mega Puspita Sari (2022), dengan judul penelitian "Strategi Pengembangan Ekowisata Sawah Lukis Padi

(*Oriza Sativa*) di Desa Cengkeh Turi, Kecamatan Binjai Utara Kota Binjai". Hasil analisis penelitian menyatakan bahwa strategi yang cocok dan akan diterapkan oleh ekowisata sawah lukis padi berdasarkan analisis lingkungan internal dan eksternal yang dimilikinya adalah strategi S-O dengan mempromosikan ekowisata yang memanfaatkan media sosial agar lebih aktif lagi.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Luluk Lestari dan Lulup Endah Tripalupi (2021), dengan judul penelitian "Analisis SWOT Potensi dan Daya Tarik Wisata Osing Kemiren Dalam Rangka Pengembangan Desa Adat Osing Kemiren Kecamatan Glagah Kabupaten Banyuwangi". Hasil analisis penelitian menyatakan bahwa obyek wisata Desa Adat Osing Kemiren berada pada diagram I, memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada agar dapat meningkatkan pertumbuhan obyek wisata Desa Adat Osing Kemiren. Sehingga strategi yang dapat diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan *growth oriented strategy*.

Strategi bisnis dilakukan bukan hanya saat awal perencanaan saja, tetapi harus dilakukan secara terus-menerus agar dapat tercapai tujuan bisnis dan keuntungan yang lebih besar. Analisis SWOT sangat diperlukan dalam pengembangan usaha, karena dengan melakukan analisis SWOT dapat diketahui: (1) Kekuatan dan peluang yang ada sehingga dapat memanfaatkan hal tersebut untuk kemajuan usaha, dan (2) kelemahan dan ancaman apa saja yang dimiliki untuk mencegah hal-hal yang bisa merugikan usaha.

Kota Binjai merupakan salah satu kota yang lokasinya strategis karena dilintasi jalan raya lintas Sumatera, menghubungkan kota Medan dan Aceh. Oleh karena itu, Binjai terus berkembang untuk menjadi salah satu tujuan wisata. Ada banyak potensi yang bisa dikembangkan baik sektor keindahan alam maupun sejarah, seperti Kakuta. Dalam hal ini, agar dapat bertahan dan bersaing dengan kompetitor sejenis, perlu dilakukan penelitian untuk menganalisis faktor lingkungan internal dan eksternal yang ada serta menentukan strategi yang tepat untuk Kakuta di kota Binjai.

Dengan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana analisis SWOT diterapkan pada usaha Kakuta kota Binjai dalam menghadapi para pesaingnya dan untuk mengetahui strategi apa yang tepat nantinya untuk diterapkan pada Kakuta kota Binjai. Manfaat analisis SWOT sebagai strategi bagi pemilik bisnis untuk mengidentifikasi fasilitas kualitas internal dan eksternal saat ini atau yang akan datang. Dengan menggunakan analisis ini, maka dapat diketahui keadaan objek wisata dengan mengidentifikasi faktor eksternal berupa peluang dan ancaman, serta faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan yang mempengaruhi objek wisata Kakuta di kota Binjai.

KAJIAN PUSTAKA

Objek Wisata

Menurut Marpaung (2002), menjelaskan bahwa obyek dan daya tarik wisata adalah penciptaan kegiatan dan fasilitas terkait yang dapat menarik wisatawan atau pengunjung ke suatu kawasan atau lokasi tertentu. (Eka Pariyanti et al., 2020).

Hu, W., & Wall, G (2005), objek wisata adalah sumber daya alam dan buatan manusia yang berkelanjutan yang dikembangkan dan dikelola dengan tujuan utama untuk menarik pengunjung (Eka Pariyanti et al., 2020).

Pemasaran

Menurut William J. Stanton, pemasaran didefinisikan sebagai keseluruhan aktivitas internal yang terkait dengan aktivitas komersial/bisnis dalam hal merencanakan, mengevaluasi, mempromosikan dan menjual produk atau layanan untuk memenuhi kebutuhan pembeli dan calon pembeli (Sabar Napitupulu et al., 2021).

Definisi pemasaran adalah sistem lengkap kegiatan komersial dalam hal merencanakan, menetapkan harga, memasarkan, dan mendistribusikan barang yang memenuhi permintaan dan memenuhi tujuan bisnis serta target pasar (Farida Yulianti et al., 2019).

Strategi Pemasaran

Menurut Marrus (2002), dampak strategi pemasaran adalah proses pemasaran yang memperhitungkan tujuan jangka panjang organisasi dan mengembangkan pendekatan atau upaya untuk mencapai tujuan tersebut guna menghasilkan pertumbuhan pendapatan, serta dapat digunakan untuk mengetahui apakah pemasukan perusahaan meningkat atau menurun (Holfian Daulat et al., 2020).

Menurut Kotler dan Amstrong (2008), bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran taktis yang dapat dikontrol yang digabungkan oleh perusahaan untuk mencapai respons yang diinginkan di pasar sasaran. (Sunarsasi et al., 2020).

Strategi pemasaran adalah tentang membuat keputusan mengenai biaya pemasaran dan strategi pemasaran, serta pendistribusian pemasaran sesuai dengan situasi lingkungan dan persaingan yang diantisipasi (Farida Yulianti et al., 2019).

Analisis SWOT

Menurut Rangkuti (2008), Analisis SWOT adalah proses sistematis untuk mengidentifikasi berbagai faktor yang digunakan untuk merumuskan strategi perusahaan. Pendekatan perencanaan taktis ini dirancang untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada. Singkatan SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) digunakan untuk menyebut keempat faktor tersebut (Mashuri et al., 2020).

Menurut Damanuri (2020), dalam analisis SWOT, lingkungan usaha terdapat dua bagian, lingkungan internal dan lingkungan eksternal: (1) Lingkungan internal terdiri dari kekuatan dan kelemahan yang ada pada perusahaan dalam hal pemasaran, sumber daya, tenaga kerja, keuangan dan aspek produktif. (2) Lingkungan eksternal ini terdiri dari peluang dan juga ancaman bagi perusahaan dari segi ekonomi, politik, sosial budaya dan ekologi (Elmi et al., 2022).

Menurut Kotler dan Armstrong (2008), analisis SWOT merupakan evaluasi mendalam mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman di suatu

perusahaan. Analisis ini diperlukan dalam mengidentifikasi banyak strategi yang terdapat pada perusahaan (Dody Setiawan, 2022).

Matriks IFAS dan Matriks EFAS

Menurut Rangkuti (2008), matriks IFAS dan EFAS terdiri dari kolom, bobot, rating, dan skor total. Berdasarkan Rangkuti, matriks IFAS digunakan untuk merumuskan faktor strategis internal yaitu kekuatan serta kelemahan perusahaan yang diidentifikasi menggunakan tabel IFAS. Kemudian, matriks EFAS digunakan untuk merumuskan faktor strategis eksternal yaitu peluang serta ancaman setelah diidentifikasi menggunakan tabel EFAS (Elmi et al., 2022).

Matriks IFAS dirancang untuk mengidentifikasi kekuatan atau kelemahan internal perusahaan. Nilai matriks ini lalu dimasukkan ke matriks internal-eksternal untuk selanjutnya menentukan posisi perusahaan. Matriks EFAS dipergunakan untuk menentukan reaksi perusahaan terhadap kondisi eksternalnya. Nilai matriks ini lalu dimasukkan ke dalam matriks internal-eksternal untuk menentukan posisi perusahaan di dalam perusahaan (Alif Rachmad Hidayatullah et al., 2020).

METODOLOGI

Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Jenis penelitian ini bersifat deskriptif dan biasanya menggunakan analisis. Penekanan pada proses dan makna dengan menggunakan landasan teoritis sebagai panduan untuk fokus pada penelitian berbasis bukti di lapangan. Studi ini menguraikan dan menggambarkan status topik penelitian berbasis bukti saat ini. Penelitian ini merupakan usaha untuk menemukan suatu masalah, keadaan atau peristiwa apa adanya, sehingga hanya merupakan pengungkapan fakta. Ditegaskan bahwa hasil pengujian memberikan gambaran objektif tentang kondisi sebenarnya dari benda yang diuji. Penelitian ini dilakukan di Kakuta, objek wisata lokal yang berada di Jl. Pertamina, Cengkeh Turi, Kec.Binjai Utara, Kota Binjai, Sumatera Utara, 20747. Waktu penelitian dilakukan pada tanggal 7 Mei 2023 sampai 24 Mei 2023.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT faktor internal dan eksternal pada usaha Kakuta kota Binjai

Dalam pengembangan usaha Kakuta kota Binjai maka harus memperhatikan analisis SWOT dalam pengambilan keputusan dan perencanaan strategis sebagai pengembangan bisnis sangat dipengaruhi oleh faktor yang berasal dari dalam (internal) dan faktor yang berasal dari luar perusahaan (eksternal). Analisis SWOT pada Kakuta kota Binjai disajikan pada tabel 1 dibawah ini.

FAKTOR INTERNAL	FAKTOR EKSTERNAL
Kekuatan (<i>Strenght</i>): • Pemandangan hijau dan sejuk • Pelayanan baik dan ramah • Terdapat banyak fasilitas	Peluang (<i>Opportunity</i>): • Banyak ulasan/review yang baik • Adanya dukungan dari pemerintah

• Desain interior yang bagus dan khas • Aktif dalam melakukan promosi • Sistem pembayaran yang mudah • Sebagai wadah edukasi • Banyak varian makanan dan minuman	• Akses jalan mudah dan aspal bagus • Sebagai destinasi wisata baru • Terbukanya lapangan pekerjaan • Keramah tamahan masyarakat • Sebagai inovasi lahan pertanian	Tabel 1.
Kelemahan (<i>Weakness</i>):	Ancaman (<i>Threats</i>):	
• Harga yang belum terjangkau • Kurangnya jumlah tenaga kerja • Belum tersedia pemesanan online • Belum tersedia penjual/toko yang menjual souvenir	• Bergantung pada musim tanam • Adanya pesaing baru • Adanya persaingan harga yang lebih murah	

Analisis SWOT pada Kakuta kota Binjai

1. Analisis Faktor Internal

Analisis lingkungan internal digunakan untuk menentukan kekuatan dan kelemahan Kakuta di Binjai dibandingkan dengan pesaingnya. Lingkungan internal ini di dapatkan dari hasil observasi langsung ke lokasi dan melakukan wawancara kepada pihak yang bersangkutan.

1) *Strenghts* (Kekuatan)

Strenghts (Kekuatan) adalah faktor internal positif yang berkontribusi pada fakta bahwa Kakuta kota Binjai dengan segala kelebihanannya harus lebih kuat dari para pesaingnya dan mencapai tujuan yang ditetapkan. Faktor kekuatan menjadi nilai tambah atau manfaat dari suatu usaha yang dapat menguntungkan.

a. Pemandangan hijau dan sejuk

Berdasarkan hasil observasi yang telah peneliti lakukan, bahwa di Kakuta kota Binjai menyajikan pemandangan alam persawahan yang terbentang luas, hijau dan udara yang sejuk. Udara segar dan sejuk membuat mood menjadi senang. Suasana di Kakuta seperti perdesaan yang tenang dan asri. Di Kakuta juga bisa berkumpul bersama keluarga, menyantap hidangan di tengah sawah, melihat matahari terbenam, dan menikmati angin yang sejuk. Alasan pemilik usaha mendirikan usaha ini di tengah persawahan adalah sebagai alternatif untuk mengatasi rasa bosan masyarakat karena banyaknya lokasi usaha lain yang berada di perkotaan atau tempat ramai.

b. Pelayanan yang baik dan ramah

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan di Kakuta, bahwa sumber daya manusia di Kakuta kota Binjai mendapat pelatihan khusus cara menjalankan tugas dan peran dengan baik dan benar. Pelayanan yang telah diberikan oleh para karyawan kepada pengunjung sudah baik, para karyawan menyapa pelanggan dengan ramah dan membantu pelanggan memecahkan masalah. Pelanggan akan puas dengan layanan terbaik sehingga meningkatkan kepercayaan mereka dan dapat menarik minat pengunjung untuk datang kembali ke Kakuta kota Binjai.

c. Terdapat banyak fasilitas

Berdasarkan hasil observasi yang telah peneliti lakukan di Kakuta kota Binjai, salah satu hal yang menjadi keunggulan di Kakuta adalah banyaknya fasilitas yang ditawarkan. Fasilitas yang diberikan yaitu spot foto kekinian, villa, cafe, toilet, area parkir luas, tempat pembuangan sampah, sewa tempat untuk momen penting, dan *live music*. Taman yang di desain menarik menjadikan setiap sudutnya memiliki keunikan tersendiri sehingga cocok untuk dijadikan spot foto.

d. Desain interior yang bagus dan khas

Berdasarkan hasil observasi yang telah peneliti lakukan di Kakuta kota Binjai, bahwa Kakuta menggunakan desain interior yang cukup unik, karena mengusung konsep tradisional yang kekinian. Hiasan lampu yang terbuat dari bambu dengan berbagai bentuk dapat menambah keindahan di lokasi. Fasilitas yang tersusun rapi dan tertata menjadikan pengunjung dapat menikmati suasana di sekitar dengan tenang dan nyaman.

e. Aktif dalam melakukan promosi

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang peneliti lakukan di Kakuta, bahwa Kakuta kota Binjai gencar dalam melakukan promosi baik secara online maupun langsung kepada pengunjung. Kakuta memiliki beberapa sosial media yang dapat digunakan untuk mempromosikan usahanya agar dapat dengan mudah diketahui dan tersebar luas ke masyarakat. Sosial media yang dimiliki antara lain seperti Facebook, Instagram dan Tiktok. Selain melalui online, Kakuta juga ikut serta dalam kegiatan bazar dan membangun stand di tempat-tempat tertentu dengan membagikan brosur promosi.

f. Sistem pembayaran yang mudah

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan di Kakuta, bahwa Kakuta memiliki sistem pembayaran yang mudah dan memiliki alternatif. Selain pembayan secara cash, pengunjung juga dapat melakukan transaksi secara online memanfaatkan kemajuan teknologi dengan menggunakan QRIS. QRIS adalah standar pembayaran barcode dari Bank Indonesia yang dapat membuat proses transaksi lebih mudah, lebih cepat dan lebih aman.

g. Sebagai wadah edukasi

Secara umum, edukasi adalah proses belajar dengan tujuan membentuk atau menyampaikan pengetahuan. Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan di Kakuta, bahwa Kakuta sendiri dapat menjadi wadah edukasi untuk pengunjung yang datang terutama untuk anak-anak sekolah yang melakukan *field trip* ke Kakuta kota Binjai. Di Kakuta anak-anak diajak mengenal proses menanam padi dan bagaimana cara membuat kue-kue tradisional.

h. Banyak varian makanan dan minuman

Variasi menu adalah variasi makanan atau minuman yang ditawarkan oleh pengusaha kuliner sekaligus memudahkan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya. Dari hasil observasi yang peneliti lakukan di Kakuta, Kakuta menawarkan banyak varian makanan dan minuman yang diberikan. Mulai dari menu khas tradisional, olahan

masakan ayam, olahan masakan ikan, *seafood*, sayuran, gorengan, cemilan, minuman khas, jus, kopi, jar dan lainnya.

2) *Weakness* (Kelemahan)

Weaknesses adalah faktor internal negatif yang terdapat pada suatu usaha dan menyulitkan tercapainya tujuan yang diinginkan.

a. Harga yang belum terjangkau

Berdasarkan hasil observasi, harga yang ditawarkan belum terjangkau untuk semua kalangan seperti anak-anak sekolah. Harga makanan yang tertera secara langsung akan berdampak pada keuntungan suatu bisnis. Pilihan menu dan harga dapat memudahkan calon konsumen untuk memilih pesanan berdasarkan isi kantong.

b. Kurangnya jumlah tenaga kerja

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan di Kakuta, kurangnya jumlah tenaga kerja di Kakuta akan berdampak terhadap pelayanan yang diberikan. Kakuta terus berupaya untuk mencari tenaga kerja baru agar semua posisi dapat terpenuhi dan pelayanan yang diberikan kepada pengunjung menjadi lebih maksimal.

c. Belum tersedia pemesanan online

Pemesanan secara online adalah proses pemesanan melalui website atau aplikasi, sehingga pelanggan dapat lebih mudah dan cepat dalam memesan makanan tanpa harus datang ke Kakuta. Berdasarkan hasil wawancara, saat ini Kakuta belum menyediakan pemesanan secara online dan hanya menerima pemesanan secara langsung di lokasi.

d. Belum tersedia penjual/toko souvenir

Souvenir bermanfaat untuk meningkatkan daya tarik konsumen jika desain yang digunakan juga menarik dan berkesan bagi pembeli, sehingga berpotensi untuk mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi di kemudian hari. Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan di Kakuta, saat ini di Kakuta belum terdapat para penjual yang menjual souvenir dan belum tersedianya *took souvenir* bagi pengunjung.

2. Analisis faktor eksternal

Analisis lingkungan eksternal bertujuan untuk menilai kondisi dan kejadian yang berasal dari luar lingkungan bisnis. Analisis lingkungan eksternal merupakan langkah dalam mengidentifikasi peluang dan ancaman Kakuta di kota Binjai.

1) *Opportunities* (Peluang)

Peluang adalah faktor eksternal positif yang bisa mendatangkan keuntungan dan dimanfaatkan oleh Kakuta dalam hal meningkatkan kinerja guna mencapai tujuannya. Peluang disebut sebagai strategi yang sangat efektif bagi setiap pengusaha untuk mendapatkan keuntungan yang besar dan Kakuta bisa memanfaatkan peluang yang ada agar lebih unggul dari pesaing.

a. Banyak ulasan/review yang baik

Ulasan dapat menjadi alat ampuh yang mempengaruhi opini konsumen dan dapat membantu bisnis memperluas jangkauannya untuk menarik pelanggan baru. Ulasan positif yang diberikan oleh konsumen dapat meningkatkan reputasi usaha bisnis Kakuta kota Binjai

dan membangun kepercayaan. Berdasarkan hasil observasi, banyak ulasan atau review yang diberikan oleh para konsumen dari berbagai sosial media, seperti Instagram, Facebook, Youtube dan lainnya. Banyak konten vlogger yang ikut serta mempromosikan Kakuta kota Binjai melalui Youtube.

b. Adanya dukungan dari pemerintah

Salah satu bentuk dukungan dari pemerintah yaitu Dinas Pariwisata kota Binjai membuat rambu penunjuk jalan ke arah masing-masing destinasi wisata seperti ke Kakuta kota Binjai. Membuat website dan berbagai program untuk mempromosikan para pelaku usaha dalam hal-hal terkait wisata. Kedatangan orang-orang penting juga membantu dalam memperkenalkan usaha ini ke masyarakat seperti kedatangan walikota Medan dan walikota Binjai.

c. Akses jalan mudah dan aspal bagus

Akses jalan menjadi mudah karena adanya rambu-rambu penunjuk jalan untuk membantu pengunjung menuju Kakuta kota Binjai. Infrastruktur jalan yang baik yaitu jalan aspal membuat pengunjung lebih nyaman.

d. Sebagai destinasi wisata baru

Kakuta kota Binjai merupakan tempat wisata baru yang memadukan konsep pariwisata dengan pertanian menjadi tempat wisata. Keunikannya dapat menjadi obyek wisata yang menarik, sehingga menjadi salah satu peluang yang besar untuk menarik daya tarik pengunjung.

e. Terbukanya lapangan pekerjaan

Dengan adanya Kakuta ini mampu menciptakan lapangan kerja untuk masyarakat yang ada disekitar. Berdasarkan hasil wawancara, Kakuta ini akan merekrut tenaga kerja dari masyarakat sekitar untuk menciptakan lapangan kerja baru. Menciptakan peluang kerja baru bagi para pengangguran bisa berperan dalam menurunkan tingkat kemiskinan di masyarakat.

f. Keramahtamahan masyarakat

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti, bahwa masyarakat sekitar bersikap ramah kepada para pengunjung Kakuta kota Binjai sehingga hal ini menjadi peluang yang baik dalam membangun bisnis. Keamanan yang masih terjaga juga menambah rasa nyaman pengunjung ketika berkunjung ke Kakuta.

g. Sebagai inovasi lahan pertanian

Perpaduan pertanian dan pariwisata merupakan inovasi yang sangat menarik. Lahan pertanian yang biasanya hanya dijadikan tempat produksi produk pertanian kini dimanfaatkan oleh Kakuta kota Binjai menjadi tempat wisata dengan mengkolaborasikan konsep pariwisata dengan pertanian yang berujung pada pendapatan yang besar.

2) *Threats* (Ancaman)

Ancaman adalah segala macam bahaya yang dihadapi Kakuta. Ancaman adalah suatu ancaman yang dapat mengganggu kelancaran berjalannya sebuah usaha.

a. Bergantung pada musim tanam

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti, bahwa area persawahan di sekitar Kakuta menjadi daya tarik utama dalam memikat hati para pengunjung. Namun, keindahan pemandangan di Kakuta tidak bisa di nikmati setiap saat karena pergantian musim tanam padi. Hal ini dikarenakan musim tanam yang serempak. Saat padi sedang hijau pemandangan di sekitar Kakuta akan terlihat lebih indah dan menarik, begitupun sebaliknya.

b. Adanya pesaing baru

Pesaing menimbulkan ancaman dari faktor eksternal. Pesaing yang beroperasi di industri yang sama adalah bahwa mereka ditargetkan ke segmen pasar yang sama. Ketika suatu usaha mampu bersaing, pesaing dapat dijadikan sebagai acuan untuk terus tumbuh dan berkembang terutama dalam bisnis Kakuta. Berdasarkan hasil wawancara, adanya pesaing baru yang mulai bermunculan membuat Kakuta harus lebih maju untuk menawarkan berbagai macam keunggulan yang dimiliki.

c. Adanya persaingan harga yang lebih murah

Persaingan harga terjadi karena adanya pelaku pasar baru yang ingin menarik pelanggan. Harga yang ditawarkan dapat menjadi salah satu faktor yang bisa mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk.

Analisis matriks IFAS (*Internal factor analysis strategy*)

Matriks IFAS menggambarkan bagaimana keadaan internal di perusahaan yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan perusahaan, kemudian dirangkum menggunakan bobot, rating, dan skor. Berdasarkan hasil analisis yang disajikan dalam tabel, faktor dari kekuatan memiliki total nilai 2,5 dan faktor kelemahan memiliki total nilai 0,8. Dari sini dapat ditarik kesimpulan bahwa kekuatan Kakuta di kota Binjai lebih besar dari kelemahannya. Hal ini menunjukkan bahwa Kakuta ini mampu dalam hal memanfaatkan kekuatan dan mengatasi kelemahan yang dimilikinya. Kekuatan terbesar yang dimiliki oleh Kakuta kota binjai yaitu banyaknya fasilitas yang diberikan mendapat nilai skor sebesar 0,37. Kelemahan terbesar yang dimiliki oleh Kakuta kota Binjai yaitu harga yang belum terjangkau untuk semua kalangan mendapat nilai skor 0,27.

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
1. Pemandangan hijau dan sejuk	0,10	3,5	0,35
2. Pelayanan baik dan ramah	0,10	3,4	0,34
3. Terdapat banyak fasilitas	0,10	3,7	0,37
4. Desain interior yang bagus dan khas	0,08	3,6	0,29
5. Aktif dalam melakukan promosi	0,10	3,2	0,32
6. Sistem pembayaran yang mudah	0,08	3,4	0,28
7. Sebagai wadah edukasi	0,08	3,4	0,28
8. Banyak varian makanan dan minuman	0,08	3,3	0,27
Sub Total	0,72	27,5	2,5

Kelemahan			
1. Harga yang belum terjangkau	0,10	2,7	0,27
2. Kurangnya jumlah tenaga kerja	0,08	2,7	0,21
3. Belum tersedia pemesanan online	0,05	3,2	0,17
4. Belum tersedia penjual/toko souvenir	0,05	2,9	0,14
Sub Total	0,28	11,5	0,8
JUMLAH	1,00	39	3,3

Tabel 2. Analisis matriks IFAS pada Kakuta kota Binjai

Analisis matriks EFAS (Eksternal factor analysis strategy)

Matriks EFAS berguna dalam mengetahui sejauh mana faktor eksternal bisnis Kakuta Binjai dipengaruhi oleh peluang atau ancaman, yang kemudian diolah berdasarkan dari bobot, rating, dan skor. Berdasarkan hasil analisis tabel, faktor peluang memiliki nilai total skor 2,4 dan ancaman memiliki nilai total skor 1,0. Jadi, dapat dikatakan bahwa peluang yang dimiliki Kakuta di Binjai lebih besar daripada ancamannya. Hal ini menunjukkan bahwa Kakuta kota Binjai memiliki peluang yang besar dalam mengembangkan usaha dan menghadapi ancaman yang berasal dari luar. Peluang terbesar yang dimiliki oleh Kakuta kota binjai yaitu banyaknya ulasan/review yang baik dari para pengunjung mendapat nilai skor sebesar 0,38. Sedangkan, ancaman terbesar yang dimiliki oleh Kakuta kota Binjai yaitu bergantung pada musim tanam padi mendapat nilai skor 0,27.

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
1. Banyak ulasan/review yang baik	0,12	3,1	0,38
2. Adanya dukungan pemerintah	0,12	3,6	0,43
3. Akses jalan mudah dan aspal bagus	0,1	3,6	0,36
4. Sebagai destinasi wisata baru	0,08	3,6	0,29
5. Terbukanya lapangan pekerjaan	0,1	3,6	0,36
6. Keramahmatan masyarakat	0,08	3,6	0,29
7. Sebagai inovasi lahan pertanian	0,08	3,6	0,29
Sub Total	0,68	24,7	2,4
Ancaman			
1. Harga yang belum terjangkau	0,12	3,4	0,40
2. Kurangnya jumlah tenaga kerja	0,12	2,8	0,33
3. Belum tersedia pemesanan online	0,08	3,1	0,24
Sub Total	0,32	9,3	1,0
JUMLAH	1,00	34	3,4

Tabel 3. Analisis matriks EFAS pada Kakuta kota Binjai

Analisis Diagram SWOT pada Kakuta kota Binjai

Hasil analisis bobot, rating, dan skor, faktor strategis internal (IFAS) dan faktor strategis eksternal (EFAS) menunjukkan bahwa skor total untuk masing-masing faktor adalah:

Kekuatan (S) : 2,5
Kelemahan (W) : 0,8
Peluang (O) : 2,4
Ancaman (T) : 1,0

Dari sini dapat disimpulkan bahwa total skor kekuatan lebih besar dari total skor kelemahan dengan selisih (+) 1,7 dan nilai peluang lebih besar dari nilai ancaman dengan selisih (+) 1,4. Selain itu, ditentukan titik koordinat internal dan eksternal dari data tersebut, yaitu:

Koordinat Analisis Internal (X):

= (Total Kekuatan – Total Kelemahan)
= 2,5 - 0,8
= 1,7

Koordinat Analisis Eksternal (Y):

= (Total Peluang – Total Ancaman)
= 2,4 - 1,0
= 1,4

Mencari titik koordinat dengan cara sebagai berikut:

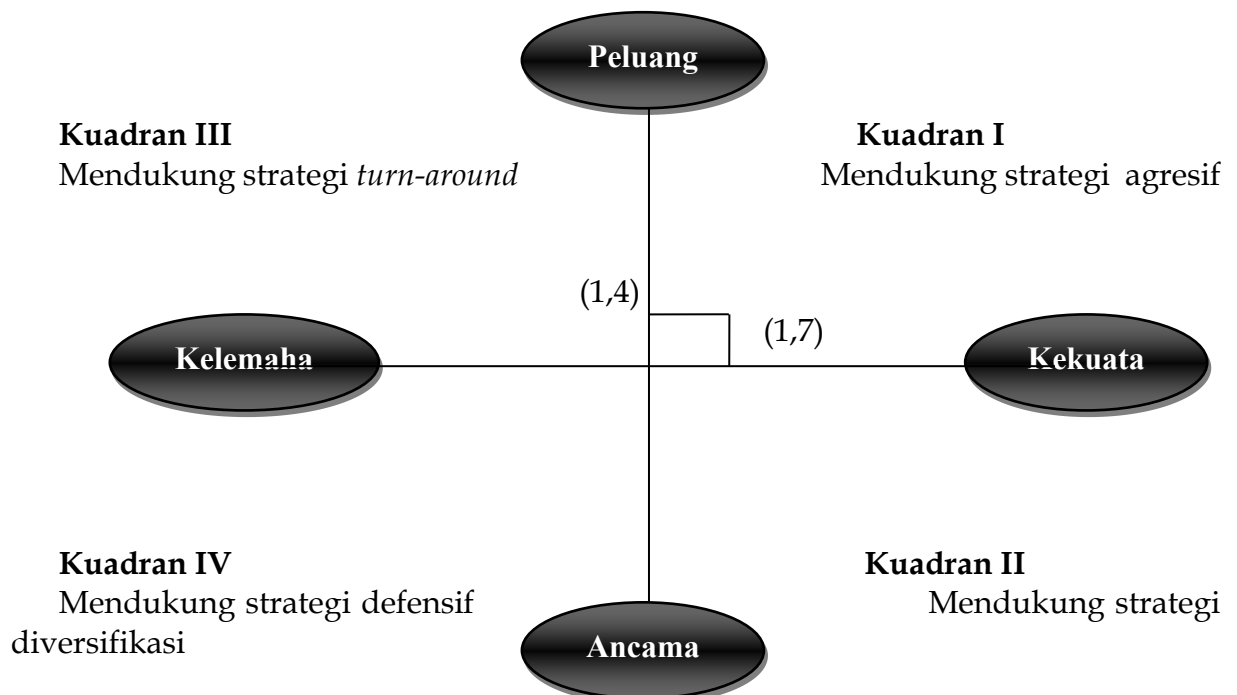
(X,Y) = (S-W) ; (O-T)

(X,Y) = (1,7) ; (1,4)

(X,Y) = (1,7 : 1,4)

Koordinat SWOT berada di titik X = 1,7 dan di titik Y = 1,4.

Identifikasi faktor-faktor tersebut dapat digambarkan dengan menggunakan diagram analisis SWOT yang disajikan pada Gambar 1.



Gambar.1 Diagram Analisis SWOT hasil pengolahan data internal dan eksternal pada Kakuta kota Binjai

Kuadran I: Perusahaan memiliki peluang serta kekuatan yang unggul sehingga membutuhkan kebijakan pertumbuhan yang agresif untuk mendukungnya. Strategi agresif ini digunakan untuk dapat mendukung upaya perusahaan dalam hal memaksimalkan kekuatan serta peluang yang ada untuk kemajuan serta kesuksesan lebih lanjut.

Kuadran II: Pada posisi ini, perusahaan dihadapkan pada berbagai ancaman, namun dalam hal ini masih memiliki kekuatan untuk mengatasi ancaman tersebut dengan menggunakan kekuatan yang ada. Strategi yang tepat untuk posisi ini adalah strategi diversifikasi (produk/pasar) yang memanfaatkan kekuatan untuk menangkap peluang jangka panjang. Strategi diversifikasi adalah strategi yang memaksa perusahaan untuk berubah guna menutupi kelemahannya dan memanfaatkan peluang yang ada.

Kuadran III: Suatu usaha bisnis menawarkan peluang besar tetapi memiliki kelemahan internal. Oleh karena itu, perlu selektif dalam hal pemilihan strategi yang tepat agar kelemahan yang ada tidak membatasi peluang besar. Strategi yang tepat untuk posisi ini adalah meminimalkan masalah internal sehingga perusahaan dapat memanfaatkan peluang terbaik di pasar. Strategi *turn-around* merupakan strategi yang mendukung rencana bisnis untuk memaksimalkan kekuatan yang ada dan mengubah arah perusahaan karena saat ini banyak ancaman yang dapat mengganggu bisnis.

Kuadran IV: Situasi ini sangat tidak menguntungkan bagi perusahaan karena kondisi internal yang buruk dan berbagai ancaman. Strategi yang bisa digunakan adalah strategi defensif yang membantu perusahaan untuk bisa tetap unggul dari segala pilihan yang tersedia untuk mengatasi berbagai risiko baik di dalam maupun di luar perusahaan.

Dari hasil diagram di atas dapat disimpulkan bahwa posisi Kakuta saat ini berada di kuadran pertama. Ini adalah posisi yang sangat menguntungkan karena Kakuta memiliki kemampuan kekuatan yang baik untuk memanfaatkan berbagai peluang. Strategi yang akan ditempuh adalah mempertahankan kebijakan pertumbuhan yang agresif dengan tetap memanfaatkan peluang yang ada dan kekuatan internal Kakuta di kota Binjai. Strategi ini menggunakan semua kekuatan untuk menangkap peluang dan memanfaatkannya sebaik mungkin.

Analisis Matriks SWOT pada Kakuta Kota Binjai

Matriks SWOT menggambarkan bagaimana perusahaan menyeimbangkan kekuatan dan kelemahannya dengan peluang dan ancaman yang dimiliki dengan menciptakan empat kemungkinan strategi alternatif: SO, ST, WO dan WT.

1. Strategi SO dibuat dengan menggunakan setiap kekuatan dan peluang yang tersedia. Strategi SO ada di Kuadran I.
2. Strategi ST digunakan untuk mengatasi ancaman dengan kekuatan. Kuadran II digunakan untuk strategi ST.
3. Strategi WO didasarkan pada pemanfaatan peluang yang ada dan meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi ini berada di kuadran III.

4. Strategi WT dirancang untuk menghindari ancaman dan memitigasi kerentanan yang ada. Strategi tersebut diterapkan dengan keluar dari situasi yang muncul karena sangat tidak menguntungkan. Strategi WT berada di kuadran IV.

Tabel 4. Analisis matriks SWOT pada Kakuta Kota Binjai

IFAS	Kekuatan (S) • Pemandangan hijau dan sejuk • Pelayanan baik dan ramah • Terdapat banyak fasilitas • Desain interior yang bagus dan khas • Aktif dalam melakukan promosi • Sistem pembayaran yang mudah • Sebagai wadah edukasi • Banyak varian makanan dan minuman	Kelemahan (W) • Harga yang belum terjangkau • Kurangnya jumlah tenaga kerja • Belum tersedia pemesanan online • Belum tersedia penjual/toko yang menjual souvenir
Peluang (O) • Banyak ulasan/review yang baik • Adanya dukungan dari pemerintah • Akses jalan mudah dan aspal bagus • Sebagai destinasi wisata baru • Terbukanya lapangan pekerjaan • Keramah tamahan masyarakat • Sebagai inovasi lahan pertanian	SO Strategi • Melakukan inovasi terbaru agar terus berkembang • Menanggapi customer review dengan baik • Mempertahankan kualitas pelayanan • Melakukan perluasan pemasaran diberbagai media sosial lain • Meningkatkan kualitas makanan dan minuman • Menambah sistem pembayaran dengan cara lain • Meningkatkan keamanan dan kenyamanan pengunjung	WO Strategi • Merekrut karyawan baru • Menyediakan pemesanan secara online • Menyediakan toko souvenir untuk para pengunjung
Ancaman (T) • Bergantung pada musim tanam padi • Adanya pesaing baru • Adanya persaingan harga yang lebih murah	ST Strategi • Menonjolkan keunggulan produk • Menetapkan harga kompetitif • Mengenali kompetitor • Menambah fasilitas kekinian • Meningkatkan promosi dengan memanfaatkan <i>influencer</i>	WT Strategi • Menawarkan harga yang bisa dijangkau oleh semua kalangan • Mengembangkan dan meningkatkan SDM • Melakukan sistem tanam padi yang bervariasi

Berdasarkan hasil analisis di atas, Kakuta kota Binjai berada di kuadran I, artinya situasinya sangat menguntungkan. Kakuta ini memiliki kekuatan dan peluang (S-O) yang memungkinkan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi SO merupakan strategi untuk menjaga kualitas produk. Strategi yang diterapkan dalam konteks ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif. Dalam strategi ini lebih rasional digunakan tidak hanya untuk meningkatkan daya saing, tetapi juga untuk meningkatkan daya saing diri sendiri terhadap berbagai kelemahan dan ancaman.

Oleh karena itu, strategi bisnis yang akan dilakukan oleh Kakuta Kota Binjai dalam menghadapi daya saingnya yaitu: (1) melakukan inovasi terbaru agar terus berkembang, (2) menanggapi *customer review* dengan baik, (3) mempertahankan kualitas pelayanan, (4) melakukan perluasan pemasaran diberbagai media sosial lain, (4) meningkatkan kualitas makanan dan minuman, (4) menambah sistem pembayaran dengan cara lain dan, (5) meningkatkan keamanan dan kenyamanan pengunjung.

SIMPULAN

1. Berdasarkan analisis SWOT yang menjadi faktor kekuatan utama Kakuta kota Binjai yaitu banyaknya fasilitas yang ditawarkan dengan total skor 0,37. Kelemahan terbesarnya adalah harga yang belum terjangkau dengan total skor 0,27. Adapun peluang utama yang dimiliki yaitu ada banyaknya ulasan/review yang baik dari para pengunjung dengan total skor 0,38. Ancaman terbesar yaitu keindahan Kakuta yang masih bergantung pada musim tanam padi dengan total skor 0,40.
2. Dari hasil perhitungan analisis IFAS dan analisis EFAS yang digunakan untuk membuat diagram analisis SWOT diperoleh skor masing-masing faktor yaitu kekuatan sebesar (2,5), kelemahan sebesar (0,8), peluang (2,4) dan ancaman (1,0). Sehingga, dapat disimpulkan bahwa faktor internal mendapat total skor yaitu 3,3 dan faktor eksternal mendapat total skor 3,4.
3. Berdasarkan hasil analisis IFAS dan EFAS, posisi saat ini yang dimiliki Kakuta Binjai berada pada kuadran I dengan koordinat SWOT $x=1,7$ dan $y=1,4$. Di kuadran pertama, ini menunjukkan bahwa Kakuta berada di posisi yang kuat dan berada di jalur yang benar, sehingga strategi agresif harus dipilih dalam situasi ini. Langkah selanjutnya dalam pengambilan keputusan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Kakuta adalah strategi SO, yang memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada. Berikut adalah beberapa hal yang dapat dilakukan oleh pemilik bisnis yaitu dengan menjalankan strategi untuk meningkatkan persaingan dan memperluas serta mempercepat pengembangan usaha.
4. Strategi-strategi baru yang berhasil dihasilkan melalui analisis SWOT dalam penelitian ini, kemudian nantinya dapat digunakan untuk pengembangan Kakuta kota Binjai yaitu: melakukan inovasi terbaru agar terus berkembang, menanggapi *customer review* dengan baik, mempertahankan kualitas pelayanan, melakukan perluasan pemasaran diberbagai media sosial lain, meningkatkan kualitas makanan dan minuman, menambah sistem pembayaran dengan cara lain dan, meningkatkan keamanan dan kenyamanan pengunjung.

Referensi :

- Astuti, A. M. I., & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 58–70.
- Bakhri, S., Aziz, A., & Khulsum, U. (2019). Analisis SWOT Untuk Strategi Pengembangan Home Industry Kue Gapit Sampurna Jaya Kabupaten Cirebon. *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1). <https://doi.org/10.24235/dimasejati.v1i1.5407>.
- Elmi Ulin Nafi'ah, & Ruliq Suryaningsih. (2022). ANALISIS SWOT SEBAGAI UPAYA MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA DEPO AIR MINUM ISI ULANG TIRTO UTOMO SIWALAN MLARAK PONOROGO. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research*, 2(1). <https://doi.org/10.21154/niqosiya.v2i1.665>.
- Fachrozie, nRidho dan N. A. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Yang Terjadi Pada Usaha UMKM di Kota Medan Saat Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1), 1978–1983.
- H, A. F., Sahputri, A., & Nurbaiti, N. (2021). ANALISIS PELUANG BISNIS DI MASA PANDEMI (Studi Kasus pada PT Unilever Indonesia Tbk). *JAAKFE UNTAN (Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura)*, 10(2), 65. <https://doi.org/10.26418/jaakfe.v10i2.50962>.
- Haerawan, & Magang, Y. H. (2019). Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Alat Rumah Tangga Di PT Impressindo Karya Steel Jakarta-Pusat. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 175–189. Retrieved from <https://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/jimb/article/view/6833>.
- Hernawan, Y., Musafa, M., & Dewi, S. W. K. (2020). Development of a Business Strategy Using SWOT Analysis in Palasari Coffee in Bandung. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 2(1), 54–60. <https://doi.org/10.35899/biej.v2i1.49>.
- Lestari, L., & Tripalupi, L. E. (2021). Analisis SWOT Potensi dan Daya Tarik Wisata Osing Kemiren Dalam Rangka Pengembangan Desa Adat Osing Kemiren Kecamatan Glag ah Kabupaten Banyuwangi Tahun 2021. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 13(2), 328. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v13i2.35511>.
- Lubis, L. A., Manurung, N. M., & Nurbaiti. (2021). Analisis SWOT pada Marketing/Bisnis. *Ekonomi Bisnis Manajemen dan Akuntansi (EBMA)*, 2(2), 241–245.
- Maria, A. (2020). Analisa SWOT Sebagai Dasar Penyusunan Strategi Pembukaan RPL Akademi Kesehatan John Paul II Pekanbaru. *Jurnal HUMMANSI (Humaniora, Manajemen, Akuntansi) Volume 3 Nomer 2 September 2020*, 3(26), 1–14.
- Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97–112. <https://doi.org/10.46367/jps.v1i1.205>.
- Maulana, I., & Patrikha, F. D. (2021). Analisis kinerja dan strategi berdasarkan analisis swot dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan. *AKUNTABEL*, 18(4), 770–775. <https://doi.org/10.30872/jakt.v18i4.9966>.
- Napitupulu, S., Tapiomas, N., & Tobink, R. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta:

Atalya Rileni Sudeco.

- Nasution, M. L. I. (2020). DIGITAL PAYMENT: PROBABILITY IN MILLENNIAL (CASE STUDY OF UINSU FEBI STUDENTS). JHSS (JOURNAL OF HUMANITIES AND SOCIAL STUDIES), 4(2), 91–95. <https://doi.org/10.33751/jhss.v4i2.2447>.
- Ngatno. (2017). *Buku Manajemen Pemasaran BARU.pdf* (hal. 361). hal. 361. Semarang: EF Press Digimedia.
- Sari, M. P. (2022). PADI (Oriza Sativa) DI DESA CENGKEH TURI , PADI (Oriza Sativa) DI DESA CENGKEH TURI ,. *Skripsi*.
- Saribu, H. D. T., & Maranatha, E. G. (2020). Pengaruh Pengembangan Produk, Kualitas Produk dan Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Pada PT. Astragraphia Medan. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 1–6.
- Setiawan, D., Mandey, S. L., & Jorie, R. J. (2022). Strategi Pemasaran Pada Cafe Van Ommen Coffee Shop Manado: Analisis SWOT. *Jurnal EMBA*, 10(1), 1740–1748. Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/39613/36204>.
- Suriono, Z. (2022). Analisis SWOT dalam Identifikasi Mutu Pendidikan. *ALACRITY: Journal of Education*, 94–103. <https://doi.org/10.52121/alacrity.v1i3.50>.
- Syahbudi, M., & Arif, M. (2019). Strategi Pengembangan Program Studi Akuntansi Syariah Dalam Meningkatkan Akreditasi. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Keislaman*, 7(1), 37–62. Retrieved from <http://jurnal.iain-padangsidempuan.ac.id/index.php/Al-masharif/article/view/1619>.
- Widowati, I., Riany, D. A., & Andrianto, F. (2022). Analisis swot untuk pengembangan bisnis kuliner (Studi kasus pada UMKM papat sodara food Purwakarta). *Jurnal Teknologika*, 12(1), 1–11.
- Yulia, farida, Lamsah, & Periyadi. (2019). *BUKU MANAJEMEN PEMASARAN_compressed.pdf* (hal. 79). hal. 79. Yogyakarta: DEEPUBLISH.