



Analisis Swot Pada Strategi Bisnis UMKM Minuman Tradisional Bu Beki

Mohamad Azfa Abdillah¹, Rina Maria Hendriyani²

^{1,2}Universitas Singaperbangsa Karawang

Abstract

Received: 2 Oktober 2024
Revised: 14 Oktober 2024
Accepted: 30 Oktober 2024

Leading a healthy lifestyle is an essential need that can be supported through the consumption of traditional medicines, such as jamu. The traditional beverage SME, Bu Beki, established in 2019, experienced a sales increase during the COVID-19 pandemic but faced production challenges and a demand decline post-pandemic. This study uses a SWOT analysis to identify the strengths, weaknesses, opportunities, and threats faced by this SME. Key strengths include product quality and cultural value, while weaknesses encompass short product shelf life and lack of promotion. Opportunities include growing public interest in natural and healthy products, whereas threats come from competition and strict regulations. Proposed strategies include cultural promotion, market expansion, technology development, shelf life enhancement, product innovation, and regulatory compliance. By implementing these strategies, Bu Beki Traditional Beverages can enhance its competitiveness and strengthen its market position.

Keywords: SME, Traditional Beverages, Jamu

(*) Corresponding Author: 2110631020108@student.unsika.ac.id

How to Cite: Abdillah, M., & Hendriyani, R. (2025). Analisis Swot Pada Strategi Bisnis UMKM Minuman Tradisional Bu Beki. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 11(2.B), 149-157. Retrieved from <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/9745>

PENDAHULUAN

Menjalani gaya hidup sehat adalah hal yang sama pentingnya dengan memenuhi kebutuhan dasar seperti pakaian, makanan, tempat tinggal, dan pendidikan. Kesehatan fisik yang optimal memungkinkan individu untuk menjalankan tugas sehari-hari dengan efisien. Upaya menjaga kesehatan mencakup langkah-langkah pencegahan penyakit, perawatan, pemulihan, dan peningkatan kesejahteraan secara menyeluruh. Salah satu metode yang digunakan untuk mencapai kesehatan yang optimal adalah dengan memanfaatkan tanaman obat yang diolah menjadi jamu atau obat tradisional. Meskipun begitu, penggunaan obat tradisional seperti kumis kucing, temulawak, dan kayu putih masih belum umum dalam praktik medis di Indonesia. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai manfaatnya dan minimnya penelitian farmakologis terkait (Zakaria dkk, 2017).

Namun, selama pandemi COVID-19, penjualan bahan-bahan obat herbal, atau empon-empon, meningkat secara signifikan. Pandemi meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga sistem kekebalan tubuh. Salah satu pendekatan yang dianggap efektif adalah dengan mengonsumsi obat herbal yang dipercaya memberikan berbagai manfaat bagi kesehatan dan kebugaran. Jamu, sebagai warisan obat tradisional Indonesia, terdiri dari berbagai bahan alami seperti akar, daun, batang, buah, biji, dan kulit kayu. Keanekaragaman hayati Indonesia memberikan kontribusi besar terhadap industri jamu. Minum jamu diyakini dapat membantu dalam pencegahan atau pengobatan berbagai macam penyakit (Mulyani dkk, 2017). Karim (2022) mencatat bahwa perubahan pola hidup masyarakat yang

lebih memilih minuman herbal tradisional karena dianggap lebih sehat telah meningkatkan popularitas jamu. Hal ini membuka peluang bisnis yang menarik dalam industri jamu, baik sebagai bisnis utama maupun sampingan.

Ibu Lasmini adalah pemilik dari Minuman Tradisional Bu Bekti, sebuah Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) dari Kecamatan Perumahan Terangsari. UMKM ini berdiri sejak tahun 2019 dan telah mendistribusikan produknya ke berbagai pasar dan toko. Pada awalnya, penjualan kurang signifikan karena minimnya upaya pemasaran. Namun, antara tahun 2020 dan 2021, penjualan jamu meningkat pesat akibat pandemi COVID-19. Dalam wawancara, pemilik usaha mengungkapkan bahwa mereka mengalami kesulitan saat menerima pesanan karena kekurangan tenaga kerja dan waktu yang diperlukan, terutama saat pesanan meningkat drastis, yang menyebabkan masalah dalam produksi. Pada bulan Januari 2023, tercatat pesanan sebanyak 840 pcs, meningkat menjadi 960 pcs pada bulan Februari. Namun, penjualan menurun signifikan pada bulan Maret, April, dan Mei. Oleh karena itu, diperlukan peramalan sebelum memulai proses produksi untuk perencanaan dan pengendalian produksi yang lebih baik.

METODE PENELITIAN

Sedangkan jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Menurut Sugiyono (2019: 137-194), data primer adalah jenis data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer dalam penelitian ini berupa hasil wawancara dengan owner UMKM Minuman Tradisional Bu Bekti. Sedangkan data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder dalam penelitian ini bersumber dari laporan data penjualan jamu pada Minuman Tradisional Bu Bekti.

Untuk mendapatkan data yang sesuai dengan tujuan penelitian maka pengambilan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah (1) Studi Dokumentasi berupa data dari laporan penjualan bulan Januari-mei 2023 yang dilakukan pada Minuman Tradisional Bu Bekti, (2) Wawancara dilakukan secara langsung dengan owner Minuman Tradisional Bu Bekti terkait dengan proses produksi. (3) Studi Pustaka yaitu memperoleh data dari jurnal dan literatur buku yang berhubungan dengan peramalan (forecast) penjualan sebagai acuan dalam perhitungan peramalan (forecast) penjualan pada Minuman Tradisional Bu Bekti.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan pendekatan kuantitatif. Menurut Nana Syaodih Sukmadinata (2011: 73), penelitian deskriptif kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, keterkaitan antar kegiatan. Selain itu, Penelitian deskriptif tidak memberikan perlakuan, manipulasi atau perubahan pada variabel - variabel yang diteliti, melainkan menggambarkan suatu kondisi yang apa adanya. Satu-satunya perlakuan yang diberikan hanyalah penelitian itu sendiri, yang dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Penelitian ini menggunakan dua pendekatan yang berbeda. Pendekatan kualitatif bertujuan untuk menggali situasi dan kondisi yang terjadi dalam UMKM

secara mendalam dan mendapatkan informasi secara lengkap. Sedangkan pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menggali fenomena dan menggambarkan karakteristik populasi atau fenomena tertentu dengan mengumpulkan data numerik. (John W. Creswell). Metode kualitatif adalah langkah-langkah penelitian sosial untuk mendapatkan data deskriptif berupa kata-kata dan gambar. Hal tersebut sesuai dengan yang diungkapkan oleh Lexy J. Moleong bahwa data yang dikumpulkan dalam penelitian kualitatif adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Menurut Sugiyono (2019:18), metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari generalisasi.

Metode kuantitatif disebut metode tradisional yang sudah cukup lama dipakai untuk melakukan penelitian, data berupa angka dan dianalisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2019: 16). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan alasan penelitian ini berusaha menggali fenomena dan menggambarkan karakteristik populasi atau fenomena tertentu dengan pengumpulan data numerik (John W. Creswell).

KAJIAN TEORI

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah alat perencanaan strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi Strengths (Kekuatan), Weaknesses (Kelemahan), Opportunities (Peluang), dan Threats (Ancaman) dari suatu organisasi atau bisnis (Gurel, E., & Tat, M. 2017).

- Strengths (Kekuatan)

Faktor-faktor internal yang memberikan keuntungan atau nilai tambah bagi bisnis, seperti kualitas produk, reputasi baik, atau sumber daya yang unggul (Ommani, A. R. 2011).

- Weaknesses (Kelemahan)

Faktor-faktor internal yang menghambat kinerja bisnis atau mengurangi nilai tambahnya, seperti kekurangan modal, kurangnya inovasi, atau keterbatasan dalam rantai pasok (Ommani, A. R. 2011).

- Opportunities (Peluang)

Faktor-faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk keuntungan bisnis, seperti tren pasar yang menguntungkan, peraturan pemerintah yang mendukung, atau perkembangan teknologi (Ommani, A. R. 2011).

- Threats (Ancaman)

Faktor-faktor eksternal yang berpotensi merugikan bisnis, seperti persaingan yang ketat, perubahan regulasi, atau kondisi ekonomi yang tidak stabil (Ommani, A. R. 2011). (Ommani, A. R. 2011).

Strategi Bisnis

Strategi bisnis adalah rencana jangka panjang yang dibuat oleh perusahaan untuk mencapai tujuan bisnisnya (Porter, M. E. 1980). Dalam konteks UMKM minuman tradisional seperti Bu Bakti, strategi bisnis dapat mencakup

pengembangan produk, strategi pemasaran, peningkatan distribusi, dan pengelolaan keuangan (David, F. R. 2015).

- Pengembangan Produk

Mengembangkan dan memperbaiki produk untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi pelanggan. Produk minuman tradisional dapat ditingkatkan melalui inovasi rasa, kemasan, dan manfaat kesehatan.

- Strategi Pemasaran

Tindakan untuk mempromosikan produk dan menarik pelanggan. Ini dapat mencakup pemasaran digital, partisipasi dalam pameran, dan penggunaan influencer.

- Peningkatan Distribusi

Memperluas jaringan distribusi untuk menjangkau lebih banyak pelanggan, baik melalui penjualan langsung, online, maupun melalui mitra distribusi.

- Pengelolaan Keuangan

Mengelola sumber daya keuangan dengan efektif untuk mendukung operasional bisnis dan pertumbuhannya.

UMKM di Indonesia

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia. Mereka memberikan kontribusi besar terhadap penciptaan lapangan kerja dan pengembangan ekonomi lokal (Tambunan, T. 2022). Namun, UMKM juga menghadapi berbagai tantangan, seperti akses terbatas ke pembiayaan, keterbatasan teknologi, dan persaingan dengan perusahaan yang lebih besar (Aziz, R. A. 2019).

Minuman Tradisional di Indonesia

Minuman tradisional seperti jamu merupakan bagian integral dari budaya Indonesia dan memiliki potensi besar dalam industri kesehatan. Jamu terbuat dari bahan-bahan alami dan dipercaya memiliki berbagai manfaat kesehatan. Tren minuman kesehatan yang meningkat selama pandemi COVID-19 memberikan peluang besar bagi pelaku usaha jamu untuk berkembang (Sutakwa & Wiratara. 2022).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Toko

UMKM Minuman Tradisional "Jamu Bu Bekti" merupakan usaha rumahan yang dirintis pada tahun 2020, tepat saat pandemi COVID-19 mulai melanda. Awalnya, pemiliknya hanya mencoba-coba membuat minuman herbal. Namun, tingginya permintaan membuatnya memutuskan untuk serius menggeluti bisnis ini. Selama pandemi, usaha ini berkembang pesat, dengan penjualan mencapai 200 botol per hari. Setelah pandemi berakhir, permintaan menurun. Produk Jamu Bu Bekti tersedia dalam dua ukuran, yaitu 330ml dan edisi khusus Lebaran 1 liter, dengan harga Rp10.000 per botol untuk konsumen biasa dan Rp8.000 untuk reseller.

Saat ini, Jamu Bu Bekti menitipkan produknya di 19 outlet. Terdapat sembilan varian jamu yang ditawarkan, namun yang paling laris adalah kunyit asem, beras kencur, jahe merah, dan gula asem. Produksi dilakukan secara mandiri tanpa bantuan karyawan, dengan kapasitas mencapai 240 botol per minggu. Sayangnya, penjualan menurun drastis saat bulan puasa, hanya mencapai 380 botol

per bulan. Produk jamu ini dibuat dari bahan-bahan segar yang dibeli dari pasar langganan, diproses secara higienis dan tanpa bahan pengawet. Jamu Bu Bekti dapat bertahan hingga satu minggu di luar ruangan dan satu bulan di dalam kulkas. Meskipun begitu, usaha ini menghadapi beberapa tantangan, seperti minat yang rendah dari warga sekitar dan generasi muda terhadap jamu, serta kritik terhadap kadar manis produk. Selain itu, pemilik usaha juga menghadapi keterbatasan dalam pengetahuan teknologi dan pengenalan wilayah pemasaran. Untuk mengatasi beberapa tantangan ini, Jamu Bu Bekti berencana menambah varian rasa yang disukai anak-anak agar lebih menarik bagi kalangan tersebut.

Analisis SWOT

Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) adalah sebuah metode yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keberhasilan suatu bisnis atau organisasi. Berikut ini adalah analisis SWOT untuk UMKM Minuman Tradisional Bu Bekti

A. Analisis Internal

a. Strength

- a) Minuman tradisional merupakan bagian dari warisan budaya Indonesia yang memiliki nilai tradisional dan historis. Hal ini dapat menjadi keunggulan kompetitif bagi UMKM Minuman Tradisional Bu Bekti dalam memasarkan produk.
- b) Kekuatan yang dimiliki minuman tradisional bu bekti adalah minum tradisional ini memiliki eksistensi di hati pelanggan karena minuman tradisional ini menggunakan bahan pilihan yang digunakan sehingga khasiat yang diberikan dapat sesuai keinginan pelanggan.
- c) Produk yang dihasilkan juga dijaga kualitasnya dari segi pembuatan karena bu bekti sangat memperhatikan proses pembuatannya. Misalnya, dalam membuat jamu, bu lasmini menggunakan alat masak stainless steel karena dalam pembuatan jamu itu tidak boleh menggunakan alat alumunium, tetapi masih banyak penjual yang lalai terhadap larangan tersebut.
- d) UMKM Minuman Tradisional Bu Bekti menggunakan teknik dan pengetahuan tradisional dalam pembuatan produk sehingga memberikan sentuhan khas dan nilai tambah.

b. Weakness

- a) Daya simpan produk yang relative singkat atau tidak tahan lama. Bisa 2 bulan kalau tutupnya belum dibuka
- b) Kurang aktif dalam melakukan promosi
- c) Keterbatasan sumber daya seperti modal terbatas, kurangnya akses ke teknologi modern, dan keterampilan manajemen yang terbatas.
- d) Industri minuman tradisional memiliki tingkat persaingan yang tinggi, baik dari UMKM lainnya maupun produsen besar. Ini bisa menjadi tantangan untuk membedakan diri di pasar.

B. Analisis Eksternal

a. Opportunity

- a) Memiliki lingkungan yang menguntungkan, karena mayoritas banyak orang jawa yang sudah memiliki kecenderungan mengonsumsi bahan-bahan alami.
- b) Bahan baku yang melimpah, mempunyai pelanggan tetap, dan target pasar untuk semua kalangan masyarakat.

- c) Minat masyarakat terhadap kesehatan dan gaya hidup sehat semakin meningkat. Hal ini menciptakan peluang bagi UMKM Minuman Tradisional Bu Bekti untuk memasarkan produknya sebagai alternatif alami dan tradisional dalam menjaga kesehatan.
- b. Threat
 - a) Kompetitor yang cepat melakukan inovasi produk.
 - b) Tingkat pemasaran pesaing yang semakin canggih.
 - c) Harga yang ditawarkan pesaing lebih terjangkau.
 - d) UMKM Minuman Tradisional Bu Bekti perlu memperhatikan peraturan dan regulasi yang berkaitan dengan produksi, label, dan sertifikasi produk minuman tradisional. Perubahan dalam peraturan pemerintah dapat menjadi ancaman jika UMKM tidak dapat mematuhi persyaratan tersebut.
 - e) Perkembangan produk modern, produk-produk modern seperti suplemen kesehatan dan obat-obatan kimia memiliki persaingan dengan minuman tradisional.

Jaring SWOT UMKM Minuman Tradisional Bu Bekti

SWOT ANALYSIS			
Strengths	Weaknesses	Opportunities	Threats
Warisan budaya Indonesia Eksistensi di hati pelanggan Bahan pilihan berkualitas Kualitas terjaga dengan proses pembuatan Teknik dan pengetahuan tradisional	Daya simpan produk singkat Kurang aktif dalam promosi Keterbatasan sumber daya Tingkat persaingan tinggi	Lingkungan yang menguntungkan Bahan baku melimpah Minat meningkat terhadap kesehatan dan gaya hidup	Competitor cepat berinovasi Pemasaran pesaing canggih Harga pesaing lebih terjangkau Peraturan dan regulasi Produk modern

Strengths (Kekuatan):

- Warisan Budaya: Minuman tradisional sebagai bagian dari warisan budaya Indonesia memiliki nilai tradisional dan historis yang dapat menjadi keunggulan kompetitif.
- Eksistensi di Hati Pelanggan: Penggunaan bahan pilihan yang berkualitas dan memberikan khasiat sesuai keinginan pelanggan.
- Kualitas Terjaga: Proses pembuatan yang diperhatikan dengan baik.
- Teknik dan Pengetahuan Tradisional: Menggunakan teknik tradisional yang memberikan sentuhan khas dan nilai tambah.

Weaknesses (Kelemahan):

- Daya Simpan Singkat: Produk tidak tahan lama, maksimal 2 bulan jika tutup belum dibuka.
- Kurang Promosi: Kurang aktif dalam melakukan promosi.
- Keterbatasan Sumber Daya: Modal terbatas, kurangnya akses ke teknologi modern, dan keterampilan manajemen yang terbatas.

- Tingkat Persaingan Tinggi: Persaingan yang tinggi dari UMKM lainnya dan produsen besar.

Opportunities (Peluang):

- Lingkungan Menguntungkan: Mayoritas orang Jawa cenderung mengonsumsi bahan-bahan alami.
- Bahan Baku Melimpah: Memiliki pelanggan tetap dan target pasar yang luas.
- Minat Terhadap Kesehatan

Strategi UMKM Minuman Tradisional Bu Bekti

Berdasarkan hasil dari analisis SWOT, terdapat beberapa strategi alternative yang dapat digunakan pada UMKM Minuman Tradisional Bu Bekti

A. Strategi Strength Opportunity

a. Promosi Warisan Budaya dan Khasiat Kesehatan

Menggunakan nilai tradisional dan historis dari minuman jamu untuk menarik konsumen yang tertarik pada budaya Indonesia dan gaya hidup sehat. Kampanye pemasaran dapat menyoroti cerita dan nilai budaya di balik setiap varian jamu.

b. Ekspansi Pasar dan Kerjasama

Memanfaatkan peningkatan minat masyarakat terhadap produk alami dan sehat dengan memperluas distribusi ke lebih banyak outlet dan toko-toko yang fokus pada kesehatan. Kerjasama dengan komunitas kesehatan dan kebugaran untuk memperkenalkan jamu sebagai bagian dari rutinitas sehat bisa menjadi strategi efektif.

B. Strategi Weaknes Opportunity

a. Pengembangan Teknologi dan Keterampilan

Mengatasi keterbatasan sumber daya dengan mencari pelatihan dan pendanaan untuk meningkatkan teknologi produksi dan keterampilan manajemen. Memanfaatkan program pemerintah atau organisasi yang mendukung UMKM dapat membantu dalam hal ini.

b. Peningkatan Daya Simpan

Menginvestasikan dalam penelitian dan pengembangan untuk meningkatkan daya simpan produk tanpa mengorbankan kualitas dan keaslian. Misalnya, pengemasan yang lebih baik atau teknik pengawetan alami bisa diterapkan.

c. Aktif dalam Promosi

Mengatasi kurangnya promosi dengan memanfaatkan media sosial, membuat konten edukatif tentang manfaat jamu, dan mengadakan event atau workshop yang melibatkan masyarakat untuk mencoba produk langsung.

C. Strategi Strength Threats

a. Inovasi Produk dan Diferensiasi

Menggunakan pengetahuan dan teknik tradisional yang unik untuk mengembangkan varian baru atau produk dengan manfaat kesehatan khusus yang sulit ditiru oleh kompetitor. Diferensiasi ini dapat membuat produk lebih menonjol di pasar yang kompetitif.

b. Kepatuhan pada Regulasi

Proaktif dalam memahami dan mematuhi peraturan dan regulasi yang ada. Mendapatkan sertifikasi yang diperlukan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan menghindari masalah hukum di masa depan.

c. Harga Kompetitif dengan Nilai Tambah

- d. Meski mungkin tidak bisa bersaing harga secara langsung dengan pesaing yang lebih besar, menambahkan nilai pada produk seperti kemasan premium, layanan pelanggan yang baik, atau program loyalitas dapat membuat harga yang lebih tinggi lebih diterima oleh konsumen.

D. Strategi Weakness Threats

a. Peningkatan Efisiensi dan Pengelolaan Biaya

Mengoptimalkan proses produksi untuk mengurangi biaya dan meningkatkan efisiensi. Hal ini bisa termasuk mencari bahan baku dengan harga lebih baik tanpa mengorbankan kualitas atau menggunakan teknik produksi yang lebih efisien.

b. Pengembangan Kemitraan Strategis

Menjalin kemitraan dengan perusahaan atau institusi lain yang dapat membantu dalam hal modal, teknologi, atau distribusi. Misalnya, bekerja sama dengan platform e-commerce atau aplikasi kesehatan untuk memperluas jangkauan pemasaran.

c. Adaptasi dengan Tren Pasar

Mengamati tren pasar dan menyesuaikan produk atau strategi pemasaran sesuai kebutuhan. Misalnya, mengembangkan varian jamu yang lebih disukai oleh generasi muda atau menggabungkan jamu dengan minuman kekinian yang populer.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis SWOT terhadap UMKM Minuman Tradisional "Jamu Bu Bakti," dapat disimpulkan bahwa usaha ini memiliki keunggulan kompetitif dalam nilai tradisional dan historis dari produknya, serta kualitas bahan dan proses pembuatan yang higienis. Namun, kelemahan seperti daya simpan produk yang singkat, kurangnya promosi, dan keterbatasan sumber daya menjadi tantangan yang perlu diatasi. Peluang yang ada, seperti meningkatnya minat masyarakat terhadap kesehatan dan bahan alami, dapat dimanfaatkan melalui promosi budaya dan perluasan pasar. Di sisi lain, ancaman dari kompetitor yang inovatif dan regulasi yang ketat harus dihadapi dengan inovasi produk, kepatuhan regulasi, dan strategi harga yang kompetitif. Dengan strategi yang tepat, seperti peningkatan teknologi, promosi aktif, kemitraan strategis, dan adaptasi terhadap tren pasar, Jamu Bu Bakti dapat meningkatkan daya saingnya dan memperkuat posisinya di pasar minuman tradisional.

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, R. A. (2019). The Opportunities For MSMEs In The Industrial Technology. *International Conference on Information Technology and Bussiness, Icitb*, 272–286.
<https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/icitb/article/download/2129/1110>
- Fred R. David, F. R. D. (2015). *Strategic Management Concepts and Cases*, Global Edition (2014). <http://http/www.pearsonmylabandmastering.com>
- GÜREL, E. (2017). SWOT ANALYSIS: A THEORETICAL REVIEW. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi The Journal of International Social Research*, 4(1), 9–15.
- Hesti Mulyani, Sri Harti Widyastuti, dan V. I. E. (2017). TUMBUHAN HERBAL SEBAGAI JAMU PENGOBATAN TRADISIONAL TERHADAP PENYAKIT DALAM SERAT PRIMBON JAMPI JAWI JILID I. 4(1), 9–15.

- Karim, R. N. S. (2022). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Optimalisasi Pengembangan dan Inovasi Bisnis Jamu Migunani Herbal. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 185–190. <https://doi.org/10.30997/almujtamae.v2i2.6331>
- Ommani, A. R. (2010). Strengths, weaknesses, opportunities and threats (SWOT) analysis for farming system businesses management: Case of wheat farmers of Shadervan District , Shoushtar Township, Iran. *African Journal of Business Management*, 5(22), 9448–9454. <http://www.academicjournals.org/AJBM%0Ahttp://www.academicjournals.org/journal/AJBM/article-full-text-pdf/21F95E420498>
- Porter, M. E. (1980). Structural Determinants of the Intensity of Competition. In *Competitive Strategy Techniques for Analyzing Industries and Competitors*.
- Sutakwa, A., & Wiratara, P. R. W. (2022). Herbal products and food supplements consumption and belief during the COVID-19 pandemic: A study in Java Island, Indonesia. *Jurnal Agercolere*, 4(1), 1–13. <https://doi.org/10.37195/jac.v4i1.150>
- TAMBUNAN, T. T. H. (2022). Recent Development of Micro, Small and Medium Enterprises in Indonesia. *International Journal of Social Sciences and Management Review*, 06(01), 193–214. <https://doi.org/10.37602/ijssmr.2022.6112>
- Zakaria, S., Wurlina, Basori, A., Hasanatuludhiyah, N., & Meles, D. K. (2017). Usaha Produksi Jamu Terstandar Di Pedesaan (Village Jamoe Centre) Secara Agroindustri Melalui Teknologi 6 M Simplisia Menuju Masyarakat Sehat Cerdas Jamu Hospital Production Business in Rural Agro Industry Through Technology 6 M Simplisia Toward Intelle. *Jurnal Kesehatan Masyarakat (e-Journal)*, 01(01), 35–39.