

**STRATEGI PENGUATAN DAYA SAING PENGRAJIN TEMPE DI DUSUN  
KAUMAN, SEPANDE, CANDI SIDOARJO**

DWI MULYANTO

01209085

***ABSTRACT***

Goals to be achieved from this research is: "To know the strategy of strengthening the competitiveness of tempe producers in Hamlet Kauman, Sepande, Candi Sidoarjo ".

In this study , the sample population as determined by the study investigators will be informants . The sample will be informants of this research is the owner of craftsmen tempe in Hamlet Kauman, Sepande, Candi Sidoarjo. In this study the researchers restricted only 1 owner craftsmen tempe in Hamlet Kauman, Sepande, Candi Sidoarjo which will become informants in this study.

Based on the number of informants were observed and the amount of data obtained in this study indicate peratingan to be entered in the matrix, the test instrument of this study using the interclass correlation coefficient.

Through SWOT analysis, found two main factors, namely (a) the internal factors that consist of: *Strength and Weakness*; (b) external factors which consisted of *opportunity, and threat*. Through internal factors in the know IFAS value of 3,6. This indicates that despite having weaknesses vary, but tempeh craftsmen in the Hamlet Kauman, Sepande, Candi Sidoarjo trying to minimize the disadvantages that. The analysis focused on the external factors existing conditions that arise from the outside. Through the analysis of external factors known EFAS value of 3,10. This shows that the craftsmen tempe in Hamlet Kauman, Sepande, Candi Sidoarjo temple has tried to seize the opportunities that come from external factors .

Based on these results, we can conclude that: (1) human resource strategies undertaken to improve the competence of tempe producers in the village Sepande in entrepreneurship. Strategies to do is cooperate with the Sidoarjo regency for entrepreneurship training for craftsmen tempe, (2). In terms of production, strengthening the competitiveness of strategies that can be done by craftsmen tempe

in Sidoarjo is to maintain the quality of production in order to maintain customer loyalty as well as pursuing a strategy of product diversification, (3). Strategies that can be used by craftsmen tempeh to strengthen its competitiveness in terms of finance is submitted to the Sidoarjo regency capital loans for the purchase of the means of production in order to diversify the products, (4). Strategies to anticipate government regulation does not exempt import duties for soybean imports, thus causing the price of soybean imports rose is to mix raw materials with local soybean soybean imports when prices rise. Suggestions put forward from this study: (1). Tempeh craftsmen can make innovations in the form of product packaging to make it more modern and hygienic by using paperboard as well as register on BPOM and MUI halal certificate, (2). Sidoarjo regency government should conduct training by providing funding and training to artisans in the village tempe Sepande to be managed better and competitive both nationally and internationally, (3). For other researchers who will conduct research on the competitiveness of rural craftsmen tempe Sepande can use a quantitative approach using a larger sample.

Keywords : competitiveness, craftsmen tempeh, and SWOT analysis

## **1. PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Kedelai merupakan komoditas pertanian yang merupakan sumber protein nabati tertinggi apabila dibandingkan dengan jenis komoditas pertanian yang lain (Suprapti, 2009:13). Oleh karena itu, kedelai dapat digunakan sebagai tanaman pangan kedua setelah padi dengan tujuan untuk menjaga ketahanan pangan nasional. Seperti yang dijelaskan oleh Supadi (2009) bahwa kedelai merupakan komoditas pangan terpenting ketiga setelah padi dan jagung yang mempunyai posisi strategis dalam seluruh kebijakan pangan nasional karena perannya dalam menjaga ketahanan pangan Indonesia.

Salah satu produk olahan yang menggunakan kedelai sebagai bahan baku adalah tempe. Indonesia merupakan negara produsen tempe terbesar di dunia dan menjadi pasar kedelai terbesar di Asia. Sebanyak 50% dari konsumsi kedelai Indonesia dijadikan untuk memproduksi tempe, 40% tahu, dan 10% dalam bentuk produk lain (seperti tauco, kecap, dan lain-lain). Konsumsi tempe rata-rata per orang

per tahun di Indonesia diperkirakan mencapai sekitar 6,45 kg (Badan Standardisasi Nasional, 2012). Tahap pengolahan kedelai menjadi tempe meliputi perebusan tahap ke 1 (satu), penghilangan kulit ari, perebusan tahap ke 2 (dua), pematuan kadar air, Inokulasi ragi tempe (peragian), pembungkusan, fermentasi dan penjualan. Adapun beberapa bahan penolong yang memberi pengaruh sangat signifikan terhadap kualitas tempe yang dihasilkan antara lain air proses, ragi tempe, fermentasi, sarana dan prasarana, proses, serta tenaga kerja (Mujianto, 2013).

### **Identifikasi Masalah**

Produksi tempe mampu menciptakan lapangan kerja di segala sektor, baik di dalam industri kecil maupun rumah tangga secara formal dan non formal. Banyaknya industri tempe saat ini menjadikan beberapa industri sangat rentan untuk gulung tikar akibat naiknya harga kedelai impor yang berdampak pada kenaikan harga bahan baku untuk pembuatan tempe. Selain itu, para pengrajin juga memiliki daya saing yang rendah karena sifatnya yang *home industry* dan memiliki sumber daya yang terbatas baik dari segi produksi, finansial, sumber daya manusia, pemasaran, dan regulasi. Berdasarkan hal tersebut, maka dalam penelitian ini penulis ingin membuat strategi daya saing untuk pengrajin tempe.

### **Perumusan Masalah**

“Bagaimana Strategi Penguatan Daya Saing Pengrajin Tempe di Dusun Kauman, Sepande, Candi Sidoarjo?”

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah: “Untuk mengetahui strategi penguatan daya saing pengrajin tempe di Dusun Kauman, Sepande, Candi Sidoarjo.”

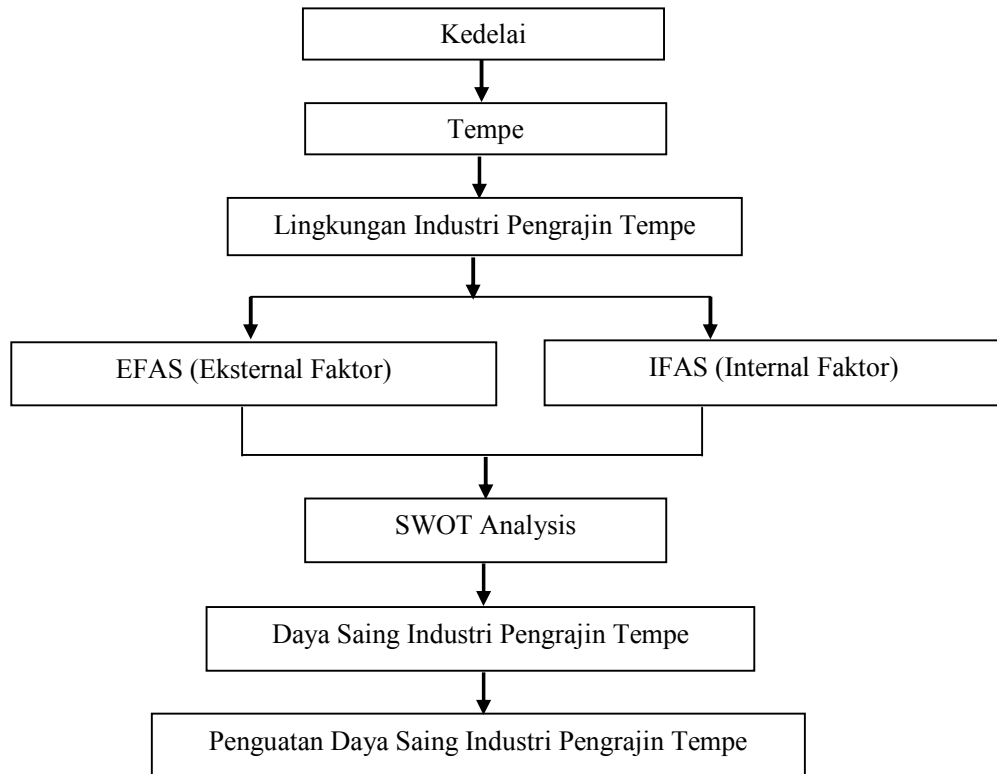
## **2. Tinjauan Pustaka**

Strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta rumusan pada pendayagunaan dan semua alokasi sumberdaya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut (Rangkuti, 2009:3 dalam Ramadhan & Sofiyah, 2013).

Menurut David (2006:6), manajemen strategi, merupakan gambaran sebagai seni dan ilmu untuk memformulasikan, mengimplementasikan dan mengevaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi dapat mencapai tujuannya (Afrillita, 2013).

Daya saing adalah kemampuan untuk dapat menghasilkan barang-barang dan jasa berkualitas unggul yang mampu bersaing dengan produk-produk negara-negara lain (Lemhannas, 2012).

Berdasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah, teori-teori yang telah diuraikan dan beberapa penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



### 3. Metodologi Penelitian

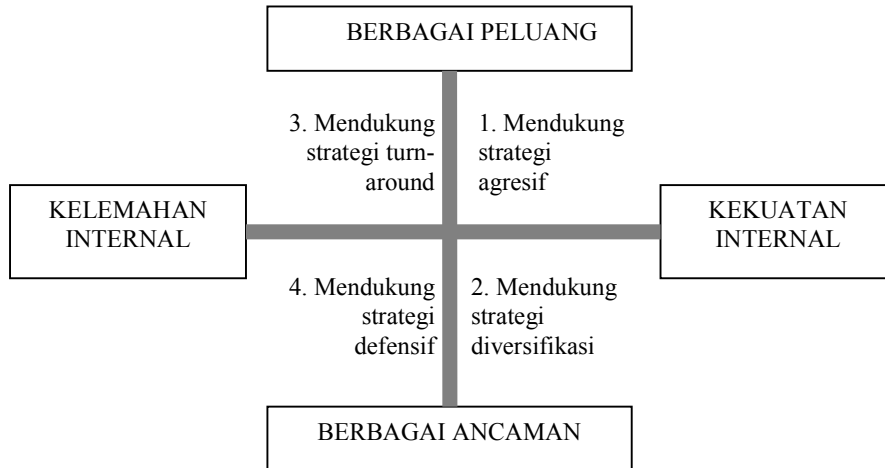
Jenis penelitian penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Deskriptif kualitatif adalah penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan semua data kunci berupa kata-kata, gambar dan kutipan-kutipan data untuk memberikan gambaran penyajian laporan penelitian.

Populasi merupakan jumlah total dari seluruh unit atau elemen di mana penyelidik tertarik. Populasi merupakan keseluruhan unit-unit yang darinya sampel dipilih (Silalahi, 2012:253).

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner atau angket merupakan satu

mekanisme pengumpulan data yang efisien jika peneliti mengetahui secara jelas apa yang disyaratkan dan bagaimana mengukur variabel yang diamati.

Setelah data dimasukkan pada matrik IFAS dan EFAS, maka akan dapat diketahui faktor-faktor yang dianalisis berada pada diagram SWOT. Berikut ilustrasi analisis SWOT:



Sumber: Rangkuti (2009:19)

Variabel merupakan atribut dari seseorang, atau objek yang memiliki variasi antara satu orang dengan yang lain atau satu objek dengan objek yang lainnya. Variabel juga dapat merupakan atribut dari bidang keilmuan atau kegiatan tertentu (Sugiyono, 2012:38). Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan adalah:

- 1) Faktor Internal
  - a. Kekuatan (*strengths*):
  - b. Kelemahan (*weakness*)
- 2) Faktor Eksternal
  - a. Peluang (*opportunities*)
  - b. Ancaman (*threats*)

#### Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Skala
Faktor Internal	1. Kekuatan	Skala Likert
	a. Pengalaman berwirausaha lebih dari 10 tahun	
	b. Keterampilan dalam pengelolaan tempo	
	c. Semangat kerja yang konsisten	
Faktor Internal	2. Kelemahan	Skala Likert
	a. Rata-rata tingkat pendidikan adalah lulusan	

	SD	
	b. Belum pernah mengikuti pelatihan dibidang manajemen usaha	
	c. Membutuhkan modal yang besar	
	d. Manajemen usaha tidak dikelola dengan baik	
	e. Belum percaya orang lain karena usaha keluarga	
	f. Masih konvensional	
	g. Hubungan dengan dunia usaha rendah	
	h. Kemampuan manajemen keuangan sangat terbatas	
Faktor Eksternal	1. Peluang	Skala Likert
	a. Membaiknya kondisi perekonomian Indonesia	
	b. Potensi konsumsi tempe masih tinggi	
	c. Peningkatan harga jual karena masih fluktuatif	Skala Likert
	2. Ancaman	
	a. Banyak munculnya pengusaha yang sejenis dan dengan sistem yang sejenis	
	b. Munculnya pesaing-pesaing usaha sejenis dengan inovasi produk	
	c. Belum ada strategi bisnis yang mampu bersaing	
	d. Perubahan selera masyarakat	
	e. Tidak terdapat barang substitusi/pengganti	
f. Trend kenaikan impor kedelai		
g. Rendahnya kesadaran konsumen Indonesia terhadap tempe		

Berdasarkan jumlah informan yang diamati dan jumlah data yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan peratingan yang akan masuk dalam matrik, maka pengujian instrumen penelitian ini menggunakan *interclass correlation coefficient*. Koefisien korelasi intra-kelas (*interclass correlation coefficient/ICC*) digunakan untuk menilai reliabilitas antar dua atau lebih pengamat, maupun test-retest reliability. Intinya, ICC adalah rasio antar varians antar kelompok dan varians total. Varians total berasal dari 3 sumber: (1) pasien; (2) pengamat; dan (3) random error (=residual error). Jika variasi pengamat diasumsikan random, maka rumus ICC (Murti, 2011):

$$ICC = \frac{\sigma_s^2}{\sigma_s^2 + \sigma_o^2 + \sigma_g^2}$$

#### 4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penelitian ini dilakukan pada industri pengrajin tempe yang terletak di Dusun Kauman, Sepande, Candi Sidoarjo RT VI, RW II. Industri pengrajin tempe tersebut

sudah berdiri sejak tahun 1950. Usaha pembuatan tempe desa Spande bisa dikatakan sebagai usaha *home industry*. Proses pembuatan tempe di Dusun Kauman, Sepande, Candi Sidoarjo bisa dikatakan tradisional, maksudnya dalam proses pembuatan tempe masih menggunakan teknik yang sederhana yang didominasi penggunaan tenaga manusia.

Proses pembuatan tempe terdiri dari beberapa tahapan mulai dari tahapan perebusan, pengupasan, peredaman dan pengasaman, serta pembungkusan dan fermentasi.

Dalam penelitian ini yang menjadi responden penelitian adalah 1 *owner* pengrajin tempe di Dusun Kauman, Sepande, Candi Sidoarjo bernama Bapak Mujiono. Hasil produksi tempe yang dihasilkan oleh Bapak Mujiono adalah tempe atos, tempe tumpuk, dan tempe gembos dengan omset per bulannya mencapai Rp 28.000.000,-. Bahan baku untuk memproduksi tempe didapatkan oleh Bapak Mujiono dari Koperasi desa Sepande, Candi Sidoarjo dengan harga per kilo adalah Rp 7.100/kg, dan dalam sehari Bapak Mujiono bisa menghabiskan kedelai 85 kg/hari.

#### Matriks IFAS

<b>Faktor-faktor Kekuatan</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Nilai</b>
Pengalaman berwirausaha lebih dari 10 tahun	0,2	4	0,8
Keterampilan dalam pengelolaan tempe	0,2	4	0,8
Semangat kerja yang konsisten	0,1	4	0,4
<b>Total Kekuatan</b>	0,5		2,00
<b>Faktor-faktor Kelemahan</b>			
Rata-rata tingkat pendidikan adalah lulusan SD	0,04	4	0,16
Belum pernah mengikuti pelatihan di bidang manajemen usaha	0,05	4	0,2
Membutuhkan modal yang besar	0,02	2	0,04
Manajemen usaha tidak dikelola dengan baik	0,1	3	0,3
Belum percaya orang lain karena usaha keluarga	0,02	1	0,02
Masih konvensional	0,07	2	0,14
Hubungan dengan dunia usaha rendah	0,1	3	0,3
Kemampuan manajemen keuangan sangat terbatas	0,1	4	0,4
<b>Total Kelemahan</b>	0,5		1,56
<b>Total IFAS</b>	1,0		3,56

Sumber: Hasil kuesioner, diolah

#### Matriks EFAS

<b>Faktor-faktor Peluang</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Nilai</b>
Membaiknya kondisi perekonomian Indonesia	0,2	3	0,6
Potensi konsumsi tempe masih tinggi	0,2	4	0,8
Peningkatan harga jual karena masih fluktuatif	0,1	2	0,2
<b>Total Peluang</b>	0,5		1,60
<b>Faktor-faktor Ancaman</b>			
Banyak munculnya pengusaha yang sejenis dan dengan sistem yang sejenis	0,07	2	0,14
Munculnya pesaing-pesaing usaha sejenis dengan inovasi produk	0,1	4	0,4
Belum ada strategi bisnis yang mampu bersaing	0,1	3	0,3
Perubahan selera masyarakat	0,05	2	0,1
Tidak terdapat barang substitusi atau pengganti	0,03	2	0,06
Trend kenaikan impor kedelai	0,1	4	0,4
Rendahnya kesadaran konsumen Indonesia terhadap tempe	0,05	2	0,1
<b>Total Ancaman</b>	0,5		1,50
<b>Total EFAS</b>	1,0		3,10

Sumber: Hasil kuesioner, diolah

Nilai matriks IFAS = Total kekuatan – Total kelemahan

$$= 2,00 - 1,56$$

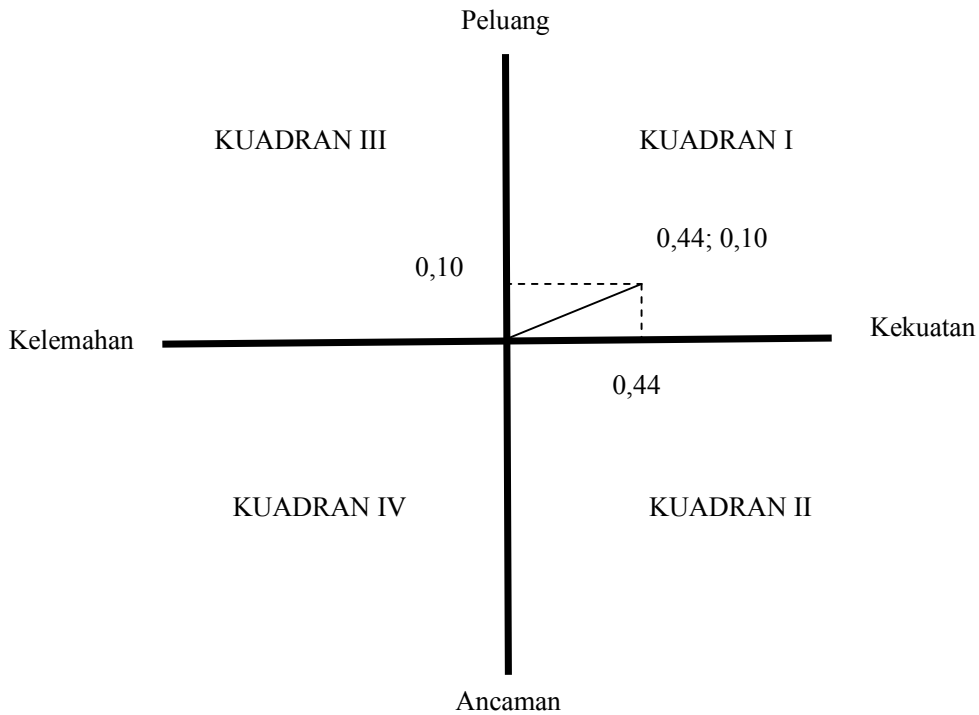
$$= 0,44$$

Nilai matriks EFAS = Total peluang – Total Ancaman

$$= 1,60 - 1,50$$

$$= 0,10$$





Matriks SWOT Pengrajin Tempe Desa Sepande

IFAS EFAS	<u>Kekuatan:</u> 1. Pengalaman berwirausaha lebih dari 10 tahun 2. Keterampilan dalam pengelolaan tempe 3. Semangat kerja yang konsisten	<u>Kelemahan:</u> 1. Rata-rata tingkat pendidikan adalah lulusan SD 2. Belum pernah mengikuti pelatihan di bidang manajemen usaha 3. Manajemen usaha tidak dikelola dengan baik 4. Kemampuan manajemen keuangan sangat terbatas
	<u>Peluang:</u> 1. Membaiknya kondisi perekonomian 2. Potensi konsumsi tempe masih tinggi	<u>Strategi SO:</u> 1. Bekerjasama dengan Pemkab Sidoarjo untuk kegiatan promosi (penetrasi pasar) 2. Pemanfaatan limbah tempe agar bernilai jual (diversifikasi terkait)
<u>Ancaman:</u> 1. Munculnya pesaing-pesaing usaha sejenis dengan inovasi produk 2. Belum ada strategi bisnis yang mampu bersaing 3. Tren kenaikan impor kedelai	<u>Strategi ST:</u> 1. Melakukan diversifikasi produk olahan tempe (diversifikasi terkait) 2. Produk tempe dikemas lebih modern dan berkelas (pengembangan produk) 3. Melakukan penjualan secara <i>direct selling</i> (penetrasi pasar) 4. Bekerjasama dengan usaha katering dan restoran untuk memasok produk tempe (penetrasi pasar)	<u>Strategi WT:</u> 1. Membuat <i>brand</i> pada produk tempe (pengembangan produk) 2. Mendaftarkan produk di BPOM dan sertifikasi halal MUI (pengembangan produk)

	5. Melakukan campuran bahan baku dengan kedelai lokal ketika harga kedelai impor naik (pengembangan produk)	
--	---	--

## 5. Kesimpulan dan Saran

### Kesimpulan

1. Strategi pengembangan sumber daya manusia dilakukan untuk meningkatkan kompetensi pengrajin tempe di Dusun Kauman, Sepande, Candi Sidoarjo dalam berwirausaha. Strategi yang dapat dilakukan adalah bekerja sama dengan Pemkab Sidoarjo untuk pelatihan kewirausahaan bagi pengrajin tempe.
2. Dilihat dari segi produksi, strategi penguatan daya saing yang dapat dilakukan oleh pengrajin tempe di Sidoarjo adalah menjaga kualitas produksi dengan tujuan untuk menjaga loyalitas konsumen serta melakukan strategi diversifikasi produk.
3. Strategi yang dapat digunakan oleh pengrajin tempe untuk memperkuat daya saingnya dilihat dari segi finansial adalah mengajukan pinjaman modal kepada Pemkab Sidoarjo untuk pembelian alat-alat produksi dalam rangka melakukan diversifikasi produk.
4. Strategi untuk mengantisipasi regulasi pemerintah yang tidak membebaskan bea masuk untuk komoditas kedelai impor sehingga menyebabkan harga kedelai impor naik adalah melakukan campuran bahan baku dengan kedelai lokal ketika harga kedelai impor naik.
5. Strategi untuk memperkuat daya saing pengrajin tempe dari segi pemasaran dengan cara melakukan penjualan secara *direct selling* ke wilayah-wilayah yang padat penduduk, sehingga konsumen lebih mudah untuk mendapatkan produk tempe. Selain itu, pengrajin tempe dapat bekerjasama dengan Pemkab Sidoarjo untuk kegiatan promosi dan memperluas relasi ke usaha katering dan restoran-restoran.

### Saran

1. Pengrajin tempe dapat melakukan inovasi dalam bentuk kemasan produk agar lebih modern dan higienis dengan menggunakan kertas karton serta mendaftarkan pada BPOM dan sertifikat halal MUI.
2. Pemerintah Kabupaten Sidoarjo hendaknya melakukan pembinaan dengan memberikan dana dan memberikan pelatihan bagi pengrajin tempe di Dusun

Kauman, Sepande, Candi Sidoarjo agar bisa dikelola dengan lebih baik dan memiliki daya saing secara nasional maupun internasional.

3. Bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian tentang daya saing pengrajin tempe di Dusun Kauman, Sepande, Candi Sidoarjo dapat menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan sampel yang lebih besar.

### **Daftar Pustaka**

- Aditama, Y. (2014). Riset Produk Keripik Tempe Sagu. *Jurnal Teknik Industri*, 1-28.
- Afrillita, N. (2013). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Sepeda Motor Pada PT. Samekarindo Indah Di Samarinda. *e-Journal Administrasi Bisnis Vol 1 No 1*, 56-70.
- Anwar, N., Supadi, Rahab, & Afuan, L. (2013). Strategy to Increase Competitiveness of Batik Banyumasan. *International Journal of Business And Social Science Vol 4 No 4*.
- Arifin, Bustanul. 2005. *Pembangunan Pertanian : Paradigma Kebijakan dan Strategi Revitalisasi*. Jakarta: Penerbit PT Grasindo.
- Arli, Daryanto, A., & Hendrawan, D. S. (2012). Strategi Peningkatan Daya Saing Rumah Potong Ayam PT. XYZ. *Jurnal Manajemen & Agribisnis Vol 9 No 2*.
- Arrizal. (2011). Filosofi Manajemen Sumber Daya Manusia Dan Keunggulan Kompetitif: Sumber Daya Manusia Profesional, Sejahtera, Prestasi Kerja Tinggi Dan Karier Sukses Dapat Mendukung Keunggulan Kompetitif. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Vol 2 No 2 ISSN: 2086-5031*.
- Asa, M. F., Abidin, I. S., & Latief, Y. (2008). Faktor-faktor kritis Dalam Sistem Manajemen Mutu (SMM) Untuk Optimasi Profitabilitas dan Daya Saing Perusahaan Jasa Konstruksi di Indonesia. *Jurnal Teknik Sipil Vol 15 No 3 ISSN: 0853-2982*.
- Badan Standardisasi Nasional. (2012). *Tempe: Persembahan Indonesia Untuk Dunia*. Jakarta: Badan Standardisasi Nasional.
- David, F. R. (2006). *Manajemen Strategi Konsep-konsep*. Jakarta: Indeks.

- Direktorat Jenderal Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian. 2014. Statistik Ekspor Impor Komoditas Pertanian 2001 - 2013. *Jurnal Statistik Ekspor Impor Komoditas Pertanian*.
- Haliza, Winda., Purwani, Endang, Y., Thahir, Ridwan. 2007. Pemanfaatan Kacang-kacangan Lokal Sebagai Substitusi Bahan Baku Tempe dan Tahu. *Buletin Teknologi Pascapanen Pertanian*, 3, 2007.
- Harman, M. Y. (2014). Analisis Strategi Pemasaran Komoditas Perikanan (Ikan Bawal) CV. Hasnidar Di Pulau Sebatik Kabupaten Nunukan Provinsi Kalimantan Utara. *Jurnal Ilmiah AgRIBA No 2 ISSN: 2303-1158*.
- [http://bsn.go.id/main/berita/berita\\_det/3210/MANTAP--TEMPE-MILIKI-SNI#.VfO-29zoTxI](http://bsn.go.id/main/berita/berita_det/3210/MANTAP--TEMPE-MILIKI-SNI#.VfO-29zoTxI). Accessed 12 September 2015, 13:09
- Husein Umar (2003). analisis SWOT merupakan matching tools yang penting bagi manajer dalam mengembangkan 4 strategi
- Koran Sindo Online. 2015. UMKM Mulai Terpukul Rupiah. Diakses dari <http://www.koran-sindo.com/read/1037538/149/umkm-mulai-terpukul-rupiah-1440641448>
- Liputan6 Online. 2015. *Dollar meroket, harga kedelai jadi Rp 750 ribu per kuintal*. Diakses dari <http://tv.liputan6.com/read/2301794/dolar-meroket-harga-kedelai-jadi-rp-750-ribu-per-kuintal>.
- Lemhannas. (2012). Peningkatan Daya Saing Industri Indonesia Guna Menghadapi Asean-China Free Trade Agreement (ACFTA) dalam Rangka Memperkokoh Ketahanan Nasional. *Jurnal Kajian Lemhannas RI Edisi 14*.
- Miles, Mattew B dan A. Michael Huberman.(2007). *Analisis Data Kualitatif, Bukusumbertentangmetode-metodebaru*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Moleong, L. J. (2011). *Metologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Mujianto. (2013). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Proses Produksi TempeProduk UMKM di Kabupaten Sidoarjo. *Reka Argo Insutri*, Vol.I No.1 Tahun 2013.

- Mulyadi, D., Muslihat, A., & Priyanto, A. (2012). Analisis Strategi Pemasaran Jasa Lembaga Pembiayaan Non Bank Pada PT. Oto Multiartha Karawang. *Jurnal Manajemen Vol 9 No 2*.
- Murti, B. (2011). Validitas Dan Reliabilitas Pengukuran . *Matrikulasi Program Studi Doktorat, Fakultas Kedokteran, UNS*.
- Nayantakaningtyas, J. S., & Daryanto, H. K. (2012). Daya Saing Dan Strategi Pengembangan Minyak Sawit Di Indonesia. *Jurnal Manajemen & Agribisnis Vol 9 No 3*.
- Nisak, Z. (2014). Analisis SWOT Untuk Menentukan Strategi Kompetitif. *Artikel Ilmiah*.
- Ramadhan, A., & Sofiyah, F. R. (2013). Analisis SWOT Sebagai Landasan Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi McDonald's Ring Road). *Media Informasi Manajemen Vol 1 No 4*.
- Rangkuti, Freedy. (2009). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Refiana, L., & Hasbi, M. (2008). Analisis Lingkungan Dalam Memformulasikan Rencana Strategi Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Ulin Banjarmasin. *National Conference On Management Research* .
- Rustam, H. (2009). Analisis Daya Saing Produk Kulit Olahan Pada Industri Penyamakan Kulit Di Kabupaten Magetan. *Media Soerjo*. ISSN 1978 – 6239. Vol. 5 No. 2. Oktober 2009, hal 12 – 37.
- Salsabila, A. H., Kertahadi, & Iqbal, M. (2015). Pengaruh Foreign Direct Investment (FDI) dan Daya Saing Terhadap Ekspor (Studi Pada Sektor Industri Manufaktur Indonesia Tahun 2004-2013). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol 2 No 2*.
- Setijabudi. (2010). Peningkatan Kinerja Layanan Organisasi Publik Melalui Penerapan Manajemen Strategik. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis Vol 10 No 1*.
- Silalahi, U. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukinah. (2010). Manajemen Strategik Implementasi Pendidikan Inklusif. *Jurnal Pendidikan Khusus Vol 7 No 2 ISSN: 1858-0998*.

- Supadi. (2009). Dampak Impor Kedelai Berkelanjutan Terhadap Ketahanan Pangan. *Analisa Kebijakan Pertanian*. Volume 7, Nomor 1, Maret 2009, hlm 87 - 1-2.
- Suprapti, Lies, M. (2009). *Kembang dan Tahu Susu Kedelai*. Yogyakarta: Kanisius
- Susilo, Y. S. (2010). Strategi Meningkatkan Daya Saing UMKM Dalam Menghadapi Implementasi CAFTA Dan MEA. *Jurnal Buletin Ekonomi Vol 8 No 2*, 70-170.
- Taufur, W. D. (2013). Daya Saing Industri Agro Sumatera Barat Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN 2015. *Jurnal Keuangan dan Perbankan Vol 15 No 1 ISSN: 1410-8623*, 90-104.
- Wardhani, R. S., & Agustina, Y. (2012). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Daya Saing Pada Sentra Industri Makanan Khas Bangka Di Kota Pangkalpinang. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember Vol 10 No 2*.
- Widharta, W. P., & Sugiharto, S. (2013). Penyusunan Strategi Dan Sistem Penjualan Dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Toko Damai. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol 2 No 1*, 1-15.
- Widyastuti, & Ahiqin, A. Z. (2011). Analisis Daya Saing Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Ekspor CPO Indonesia Ke China, Malaysia Dan Singapura Dalam Skema ASEAN-China Free Trade Agreement. *Jurnal Manajemen & Agribisnis Vol 8 No 2*.
- Wijayati, D. T. (2010). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Manajemen Strategik Pada Organisasi Non Profit (Studi Manajemen Strategik Pada Dinas Propinsi Jawa Timur). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan Vol 12 No 1*, 24-32.
- Wolo, P., Reja, I. D., & Dekrita, A. (2012). Strategi Peningkatan Daya Saing Produk Sarung Blikonblewut Dengan Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process. *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi ISSN: 2089-9815*.
- Yuliana, R. (2013). Analisis Strategi Pemasaran Pada Produk Sepeda Motor Matik Berupa Segmentasi, Targeting, Dan Positioning Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Semarang. *Jurnal Stie Semarang Vol 5 No 2 ISSN: 2252-7826*.