AKADEMIK E-ISSN 2774-888X
Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis
Vol. 5, No. 3, September 2025

Penguatan Daya Saing UMKM Kampung Lontong Menggunakan Strategi SWOT dan Matrik IE

Muhammad Ferdi Muqarrobi[1], Akhmad Fadhilah Hamsa[2], Nadia Choirunnisa[3]
Universitas Negeri Surabaya, Indonesia
muhammadferdi.23065@mhs.unesa.ac.id[1], akhmad.23061@mhs.unesa.ac.id[2],
nadia.23064@mhs.unesa.ac.id[3]

Submitted: 20th April 2025 | **Edited**: 23rd July 2025 | **Issued**: 01st September 2025

Cited on: Muqarrobi, M. F., Hamsa, A. F., & Choirunnisa, N. (2025). Penguatan Daya Saing UMKM Kampung Lontong Menggunakan Strategi SWOT dan Matrik IE. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis, 5*(3), 1769-1778.

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in Indonesia's economy. One example is Kampung Lontong in Surabaya, known as a center for traditional rice cake (lontong) production. However, the area faces several challenges, including limited digital marketing, inefficient traditional production methods, and unstable raw material supply. This study uses a qualitative descriptive approach through field observations and interviews with business owners, combined with SWOT analysis and the Internal-External (IE) matrix. The analysis reveals that Kampung Lontong's strengths lie in its product quality, production capacity, and strategic location. Opportunities arise from strong market demand and the growth of culinary tourism. A Strength–Opportunity (SO) strategy is recommended to capitalize on these advantages. According to the IE matrix, Kampung Lontong is positioned in Quadrant V (Hold and Maintain), indicating the need to stabilize operations while gradually improving production efficiency and digital marketing efforts. This strategy aims to ensure sustainable growth while preserving the traditional identity that makes Kampung Lontong unique and attractive to both local and visiting consumers.

Keywords: MSMEs, SWOT, IE Matrix, Kampung Lontong Competitiveness, marketing management

PENDAHULUAN

UMKM atau usaha mikro, kecil, dan menengah sangat penting bagi perekonomian Indonesia. UMKM sebagai fondasi perekonomian nasional berperan besar dalam mengurangi kemiskinan, menciptakan lapangan kerja, dan mendorong pemerataan pendapatan (Tambunan, 2019). Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM (2022), UMKM mempekerjakan lebih dari 97% tenaga kerja di negara ini dan menyumbang sekitar 60% PDB Indonesia. Namun, UMKM menghadapi sejumlah kendala di era globalisasi dan persaingan pasar yang ketat, termasuk terbatasnya akses ke pasar, uang, dan teknologi. Oleh karena itu, agar UMKM dapat bertahan dan berkembang dalam iklim

ekonomi yang terus berubah, diperlukan strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saingnya (Ismail, et al., 2023)

Salah satu UMKM yang memiliki potensi besar namun menghadapi berbagai tantangan adalah Kampung Lontong di Surabaya. Terletak di Kelurahan Kupang Krajan, Kecamatan Sawahan, Kampung Lontong dikenal sebagai sentra produksi lontong yang telah berkembang sejak tahun 1974. Awalnya, warga kampung ini beralih dari produksi tempe ke lontong sebagai respons terhadap perubahan permintaan pasar. Hingga kini, sekitar 76 keluarga di kampung ini bergantung pada produksi lontong sebagai sumber mata pencaharian utama (Dinas Koperasi dan UMKM Kota Surabaya, 2023). Namun, mereka menghadapi berbagai permasalahan, seperti kenaikan harga bahan bakar, keterbatasan akses teknologi, dan kurangnya pengetahuan manajerial, yang menghambat perkembangan usaha (Rahmawati & Hidayat, 2022).

Strategi pengembangan UMKM di Kampung Lontong telah menjadi subjek dari banyak penelitian sebelumnya. Penelitian Shinta Nur Alifia dan Rudi Hermawan tahun 2023 menekankan betapa pentingnya menggunakan prinsip pemasaran syariah untuk meningkatkan mutu dan daya saing produk lontong di Kampung Lontong. Mereka menekankan bagaimana penggunaan prinsip syariah dalam pemasaran dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan mengembangkan bisnis. Lebih lanjut, penelitian Aurelia Tari Fortuna dan Yanda Bara Kusuma (2023) menunjukkan bahwa analisis SWOT dapat digunakan untuk mengetahui peluang, ancaman, kelemahan, dan kekuatan yang dihadapi UMKM di Surabaya. Informasi ini kemudian dapat dimanfaatkan untuk membuat rencana pertumbuhan yang berhasil.

Dari hasil penelitian terdahulu dapat di identifikasi bahwa strategi yang dijelaskan mencakup peningkatan terhadap loyalitas pelanggan dan pengembangan bisnis yang dianalisis menggunakan analisis SWOT. Tujuan penelitian ini adalah penggunaan matriks SWOT dan IE untuk mengidentifikasi strategi yang sesuai untuk Kampung Lontong guna meningkatkan daya saing produk lontong.

LANDASAN TEORI

Daya saing merupakan kemampuan suatu organisasi atau pelaku usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan posisinya di pasar melalui keunggulan tertentu. Menurut Susanto dan Kartika (2021), daya saing UMKM dapat ditingkatkan melalui

pemanfaatan teknologi, inovasi produk, serta strategi pemasaran yang efektif. Selain itu, faktor-faktor seperti kualitas produk, harga yang kompetitif, dan pelayanan yang baik juga menjadi penentu utama dalam membangun daya saing yang berkelanjutan**.**

Menurut efeknya secara berpasangan, matriks EFE dan IFE membandingkan dua faktor milik perusahaan (Lainatussifa et al., 2018). Menurut David dan R. David (2019). Informasi ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, pemerintahan, hukum, teknis, dan kompetitif semuanya dapat ditemukan dan dinilai oleh para ahli strategi menggunakan Matriks EFE. Matriks IFE, menurut David dan R. David (2019), adalah alat untuk membangun strategi yang dapat digunakan untuk menentukan dan menilai keuntungan dan kerugian utama dari operasi bisnis. Berdasarkan faktor internal dan eksternal saat ini dan dimodifikasi dengan situasi perusahaan saat ini, Matriks SWOT digunakan untuk membuat rencana pertumbuhan bisnis (Baba et al., 2019). WO (Weakness-Opportunities), ST (Strength-Threats), WT (Weakness-Threats), dan SO (Strength-Opportunities) adalah empat kategori strategi yang dapat dirancang oleh manajer dengan menggunakan matriks SWOT. Menurut (David & R. David, 2019), korporasi diposisikan dalam tampilan 9 sel oleh matriks IE, khususnya: Sel I, II, dan IV dicirikan sebagai posisi "tumbuh dan membangun"; pendekatan terpadu atau intens adalah tindakan yang tepat. 2 Pendekatan "tahan dan jaga", yang melibatkan pengembangan produk dan penetrasi pasar, dapat digunakan untuk mengelola posisi dalam sel III, V, dan VII. 3 Lokasi dalam sel VI, VIII, dan IX sesuai dengan taktik untuk memanen atau melepaskan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat kualitatif dan menggunakan wawancara dan observasi untuk mengumpulkan data studi kasus Kampung Lontong. Pemilik salah satu pedagang di UMKM Kampung Lontong menjadi subjek wawancara penelitian. Data primer dan data sekunder digunakan dalam proses pengumpulan data. Data primer diperoleh dari wawancara dengan pemilik, Bapak Peleh, dan salah satu pekerja di bagian pembuatan pembungkus lontong, sedangkan data sekunder diperoleh dari publikasi atau jurnal yang pernah meneliti UMKM Kampung Lontong Surabaya. Matriks IE dan SWOT digunakan dalam pendekatan analisis data. utnuk mengetahui rekomendasi dari strategi yang tepat terhadap UMKM Kampung Lontong.

HASIL PENELITIAN

Tujuan dari Matriks EFE dan IFE (Lainatussifa et al., 2018) adalah membandingkan dua variabel milik perusahaan berdasarkan pengaruhnya secara berpasangan. Informasi ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, pemerintahan, hukum, teknis, dan persaingan semuanya dapat ditemukan dan dinilai oleh para ahli strategi menggunakan Matriks EFE (David & David, 2017).

Tabel 1. MATRIK IFE

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor (BobotxRating)
Strength			
Penggunaan daun pisang sebagai pembungkus lontong	0,06	3	0,18
Lokasi strategis dekat pasar sehingga mudah untuk melakukan pembelian bahan baku	0,07	4	0,28
Kualitas lontong paling bagus diantara penjual lontong lain	0,10	4	0,40
memiliki 3 cabang lokasi penjualan	0,03	4	0,12
Harga terjangkau mulai dari 1000-2000	0,11	3	0,33
Produsen Lontong terbesar di Surabaya	0,07	3	0.21
Memiliki 69 pekerja	0,10	4	0,40
produksi lontong perhari mencapai 2ton beras	0,04	3	0,12
Weakness			
Kehabisan stok daun pisang	0.05	1	0,05
Teknologi yang digunakan masih tradisional	0,06	2	0,12
Harga bahan baku berpengaruh terhadap ukuran lontong	0,12	2	0,24
Kurangnya pemasaran secara digital	0,11	2	0,22
Lokasi yang sempit dan jauh dari jalan raya	0,08	2	0,16
Total	**1**	**37**	**2,83**

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan hasil analisis, faktor kekuatan yang paling dominan dalam usaha Kampung Lontong adalah kualitas produk lontong dan jumlah pekerja atau karyawan yang tersedia, keduanya mendapatkan skor tertinggi sebesar 0,40. Kualitas lontong yang terjaga dengan baik menjadi keunggulan utama yang mampu menarik pelanggan dan mempertahankan loyalitas konsumen. Selain itu, jumlah tenaga kerja yang memadai mendukung kelancaran proses produksi serta kapasitas produksi yang optimal. Di sisi lain, kelemahan terbesar yang dihadapi adalah dampak kenaikan harga bahan baku lontong, yang memperoleh skor 0,24. Kenaikan biaya bahan baku ini menjadi tantangan signifikan karena langsung memengaruhi biaya produksi dan margin keuntungan. Hal ini dapat menyebabkan tekanan pada harga jual atau profitabilitas usaha jika tidak

diantisipasi dengan strategi pengelolaan biaya yang tepat. Oleh karena itu, pengelolaan kualitas produk dan sumber daya manusia harus dipertahankan, sementara upaya efisiensi dan pengendalian biaya bahan baku perlu menjadi prioritas agar usaha tetap kompetitif dan berkelanjutan.

Tabel 2. Matrik EFE

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor (BobotxRating)
Opportunities			
Permintaan terhadap produk lontong sangat banyak	0,15	4	0,60
Pernah dikunjungi oleh tokoh terkenal oleh ibu Megawati dan Chef Arnold	0,14	3	0,42
Kampung lontong dapat dikembangkan menjadi tempat wisata kuliner lokal	0,11	2	0,22
Kolaborasi dengan kemitraan usaha makanan	0,11	3	0,33
Inovasi baru terhadap varian dari produk lontong	0,08	2	0,16
Treats			
Cuaca berpengaruh terhadap kapasitas daun pisang	0,12	2	0,24
pegawai yang banyak membuka usaha lontong sendiri	0,10	3	0,30
Kurangnya dukungan dan bantuan dari pemerintah	0,07	2	0,14
Bahan baku bergantung pada supplier pasar terdekat	0,06	3	0,18
Review negatif/komplain dari pelanggan terhadap produk lontong yang cacat saat pengiriman	0,06	2	0,12
Total	**1**	**28**	**2,71**

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Tujuan dari Matriks EFE dan IFE (Lainatussifa et al., 2018) adalah membandingkan dua variabel milik perusahaan berdasarkan pengaruhnya secara berpasangan. Matriks EFE memungkinkan para ahli strategi untuk menemukan dan mengevaluasi informasi ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, pemerintahan, hukum, teknologi, dan persaingan (David & David, 2017).

Tabel 3. MATRIK SWOT

IFE/EFE	Strength	Weakness
Opportunity	SO	WO
	1. Memanfaatkan kualitas terbaik dan produksi yang besar untuk memenuhi permintaan pasar yang tinggi (S3, S6, O1) 2. Kolaborasi dengan kemitraan makanan untuk memperluas	1. Memperbaiki pemasaran digital agar potensi wisata kuliner kampung lontong semakin dikenal luas (W4, O3, O4)

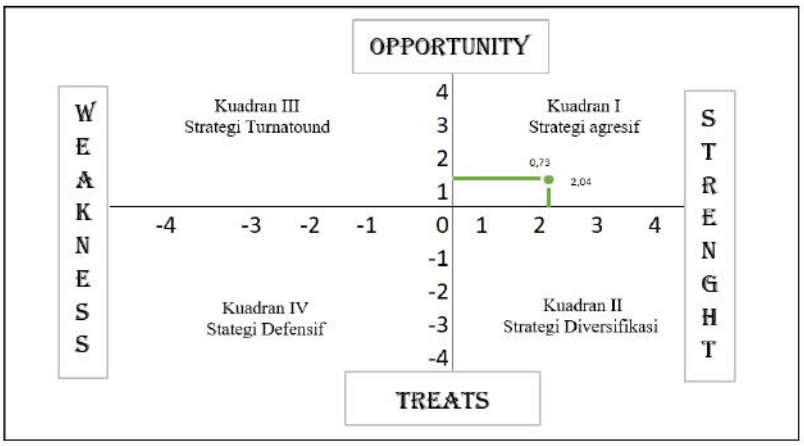
	jaringan distribusi dan promosi (S4, S6, S7, O4) 3. Promosi dengan mengadakan kunjungan melalui tokoh-tokoh terkenal dan event wisata kuliner (S3, O2, O3)	2. Investasi teknologi agar produksi lebih efisien dan tidak bergantung pada harga bahan baku yang bisa saja berubah (W2, W3, O4)
Treat	ST	WT
	1. Menggunakan lokasi usaha yang sudah dikenal banyak orang dan kualitas produk lontong untuk bersaing dengan pegawai yang membuka usaha lontong serupa (S2, S3, T2) 2. Mengoptimalkan jumlah pekerja untuk menjaga kuantitas produksi lontong dan kualitas produk lontong meskipun terkendala kenaikan bahan baku (S7, S8, T1, T4	1. Melakukan diversifikasi terhadap bahan baku untuk mengurangi ketergantungan pada supplier dan penggunaan daun pisang (W1, W3, T1, T4) 2. Meningkatkan pelayanan dan kualitas pengemasan produk lontong untuk meminimalisir komplain pelanggan yang produknya cacat selama pengiriman (W3, W4, T5)

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan hasil analisis Matriks IFE yang tercantum pada Tabel 1, Kampung Lontong menunjukkan skor total 2,04 untuk faktor kekuatan dan 0,79 untuk faktor kelemahan, sehingga menghasilkan selisih positif sebesar 1,25. Hal ini mengindikasikan bahwa kekuatan internal Kampung Lontong jauh lebih dominan dibandingkan dengan kelemahannya, yang mencerminkan potensi dan kapabilitas usaha yang cukup kuat dalam mengelola sumber daya serta operasionalnya. Sementara itu, dari Matriks EFE yang terdapat pada Tabel 2, diperoleh skor peluang sebesar 1,73 dan skor ancaman sebesar 0,98, dengan selisih positif 0,75. Skor ini menunjukkan bahwa Kampung Lontong memiliki peluang eksternal yang cukup signifikan untuk dikembangkan, meskipun harus tetap waspada terhadap berbagai ancaman yang mungkin muncul dari lingkungan bisnis dan persaingan pasar.

Dengan menggunakan kombinasi skor dari Matriks IFE dan EFE tersebut, posisi Kampung Lontong dapat dipetakan pada kuadran SWOT yang tepat untuk menentukan strategi optimal. Posisi kuadran SWOT ini memberikan gambaran bagaimana Kampung Lontong dapat memanfaatkan kekuatan internalnya untuk memanfaatkan peluang eksternal sekaligus mengelola kelemahan dan ancaman yang ada. Gambar 1 memperlihatkan matriks kuadran SWOT yang menggambarkan kondisi UMKM Kampung Lontong secara visual, sehingga memudahkan para pengambil keputusan

dalam merancang strategi yang efektif. Pendekatan ini membantu memastikan bahwa pengembangan usaha tetap fokus pada kekuatan utama, sambil mengantisipasi risiko, sehingga pertumbuhan bisnis dapat berjalan secara berkelanjutan dan berdaya saing.



Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Gambar 1. Matrik Kuadran SWOT UMKM Kampung Lontong

Bedasarkan Gambar 1, dapat diketahui Berdasarkan hasil analisis matrik SWOT posisi UMKM Kampung Lontong, strategi yang paling tepat untuk diterapkan adalah strategi SO (Strength – Opportunity). Strategi ini dipilih karena UMKM Kampung Lontong memiliki sejumlah kekuatan yang cukup dominan, seperti kualitas lontong yang unggul, kapasitas produksi yang besar, lokasi usaha yang strategis, serta harga produk yang terjangkau. Kekuatan-kekuatan ini memberi peluang besar bagi usaha dari Kampung Lontong untuk terus berkembang, ditambah dengan permintaan pasar yang tinggi dan potensi kawasan sebagai destinasi wisata kuliner lokal. Strategi SO memungkinkan UMKM Kampung Lontong untuk lebih percaya diri dalam memperluas pasar dan meningkatkan daya saingnya.

Berdasarkan hasil analisis Matriks SWOT, strategi yang dipilih untuk Kampung Lontong adalah strategi SO (Strength – Opportunity), yang memanfaatkan kekuatan internal untuk menangkap peluang eksternal. Selanjutnya, posisi Kampung Lontong ditentukan dengan menggunakan Matriks IE berdasarkan skor IFE dan EFE. Dengan skor IFE sebesar 2,83 dan skor EFE sebesar 2,71, posisi usaha ini dapat dianalisis melalui tabel Matriks IE (Tabel 4). Hasil analisis menunjukkan bahwa Kampung Lontong berada pada posisi yang memungkinkan pengembangan usaha dengan memaksimalkan potensi dan peluang yang ada secara optimal.

E-ISSN 2774-888X

Tabel 4. Matrik IE

	3.0	2.0	1.0
3.0	I Growth And Build	II Growth And Build	III Hold and Maintain
2.0	IV Growth And Build	V Hold and Maintain	VI Harvest and Diverst
1.0	VII Hold and Maintain	VIII Harvest and Diverst	IX Harvest and Diverst

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

UMKM Kampung Lontong memperoleh skor IFE sebesar 2,83 dan skor EFE sebesar 2,71 berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4 dan data dari matriks Internal Factor Evaluation (IFE) dan External Factor Evaluation (EFE). Berdasarkan skor tersebut, UMKM berada pada kategori "Hold and Maintain" atau stabilitas, atau kuadran V, matriks IE. Berdasarkan posisi ini, UMKM berada pada kondisi yang cukup stabil dan baik, baik secara internal maupun eksternal, tetapi masih memerlukan rencana pemeliharaan dan penguatan jangka panjang untuk mempertahankan laju pertumbuhan yang telah dicapai. Kombinasi dari strategi Strenght-Opportunity (SO) dan juga penentuan posisi yang berada pada kuadran V (Hold and Maintain) pada Kampung Lontong dapat disimpulkan rekomendasi strategi yang sesuai dan efektif melalui tabel 5 Matrik Kombinasi.

Tabel 5. Kombinasi SWOT dan Matrik IE

Analisis	Strategi	Rekomendasi
SWOT IE	SO Kuadran V (Hold and Maintain)	Kombinasi dari strategi SO dan Kuadran V dari Kampung Lontong: 1. Memperkuat promosi berbasis kualitas dengan menonjolkan keunikan produk lontong yang tradisional 2. Dokumentasi momen kunjungan tokoh-tokoh terkenal seperti Megawati dan Chef Arnold juga bisa dimanfaatkan sebagai alat promosi untuk membangun citra positif usaha/branding 3. Uji coba pasar untuk varian baru dari lontong seperti lontong isi dan disesuaikan dengan minat konsumen 4. Membangun jaringan distribusi lontong yang luas denga menjalin beberapa mitra atau bekerja sama dengan UMKM kuliner lain khususnya yang menggunakan produk lontong 5. Fokus pada kualitas lontong yang bekualitas serta kapasitas produksi yang terus ditingkatkan seiring waktu dan menstabilkan bahan baku supaya tidak mengganggu operasional usaha.

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Strategi Strength-Opportunity (SO) yang melibatkan penggunaan kekuatan internal untuk memaksimalkan peluang eksternal merupakan pendekatan SWOT yang paling tepat untuk diadopsi oleh Kampung Lontong, berdasarkan hasil dari kedua matriks (SWOT dan IE). UMKM ini, di sisi lain, berada pada kuadran V (Hold and Maintain) matriks IE, yang menunjukkan posisi perusahaan yang cukup aman tetapi masih membutuhkan tindakan adaptif untuk memastikan kelangsungan hidup dan perluasan perusahaan dalam jangka panjang.

Temuan ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya. (Hidayah et al., 2023) menekankan pentingnya inovasi dan digitalisasi pada UMKM tradisional agar tidak tertinggal oleh perubahan pasar. Sementara itu, (Hurdawaty & Sahid, 2025) menunjukkan bahwa kekuatan jejaring dan pemanfaatan media sosial berkontribusi besar dalam memperluas jangkauan pasar dan memperkuat daya saing UMKM kampung Lontong . Dalam konteks Kampung Lontong, penerapan strategi SO menjadi langkah yang tepat karena memungkinkan UMKM ini untuk memperkuat posisi usahanya di tengah pasar yang terus berkembang. Strategi ini bu kan hanya relevan untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas produk melalui kolaborasi dan promosi, tetapi juga penting sebagai bentuk adaptasi terhadap perubahan perilaku konsumen yang kini lebih digital dan selektif. Dengan tetap mempertahankan kualitas dan identitas lokal yang menjadi ciri khasnya, Kampung Lontong dapat tumbuh secara berkelanjutan tanpa kehilangan keaslian nilai tradisional yang selama ini menjadi daya tarik utamanya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis SWOT dan matrik IE, dapat disimpulkan bahwa strategi yang paling tepat untuk diterapkan dalam penguatan daya saing UMKM Kampung Lontong adalah strategi SO (Strength–Opportunity). UMKM Kampung Lontong memiliki kekuatan utama pada kualitas produk yang unggul, kapasitas produksi yang besar, serta harga yang terjangkau, yang selaras dengan peluang eksternal seperti tingginya permintaan pasar dan potensi kawasan sebagai wisata kuliner. Strategi ini memungkinkan UMKM untuk memanfaatkan keunggulan internal guna merespons peluang pasar secara optimal, terutama melalui kolaborasi, promosi, dan penguatan citra lokal. Sementara itu, berdasarkan posisi pada kuadran V matrik IE (Hold and Maintain), UMKM berada dalam kondisi yang cukup stabil namun tetap membutuhkan langkah

adaptif agar tidak stagnan. Strategi SO dapat dijalankan dalam kerangka stabilisasi dengan mempertahankan keunggulan yang ada dan melakukan perbaikan bertahap di aspek pemasaran dan pelayanan, sehingga usaha tetap relevan dan mampu tumbuh berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Alifia, S. N., & Hermawan, R. (2023). *Penerapan prinsip pemasaran syariah dalam pengembangan UMKM Kampung Lontong Surabaya*. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.

Baba, A., Lestari, R., & Hidayat, T. (2019). Analisis SWOT sebagai dasar perumusan strategi pengembangan usaha kecil dan menengah. Bandung: Penerbit Ekonomi Kreatif.

David, F. R., & David, F. R. (2019). Strategic management: A competitive advantage approach, concepts and cases (16th ed.). Boston: Pearson.

Dinas Koperasi dan UMKM Kota Surabaya. (2023). *Profil sentra UMKM Kampung Lontong Kelurahan Kupang Krajan*. Surabaya: Pemerintah Kota Surabaya.

Fortuna, A. T., & Kusuma, Y. B. (2023). Analisis SWOT sebagai strategi pengembangan UMKM di Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, *11*(2), 88–97.

Hidayah, N., Wulandari, S., & Prasetyo, B. (2023). Peran inovasi dan digitalisasi dalam pengembangan UMKM tradisional di Indonesia. *Jurnal Teknologi dan Bisnis Digital*, *8*(2), 75–88.

Hurdawaty, F., & Sahid, M. (2025). Peran jejaring sosial dan media sosial dalam memperkuat daya saing UMKM Kampung Lontong Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Kewirausahaan*, *12*(1), 34–45.

Ismail, M., Setiawan, A., & Lestari, D. (2023). Strategi peningkatan daya saing UMKM di era globalisasi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, *15*(2), 123–135.

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2022). *Data perkembangan UMKM tahun 2022*. https://kemenkopukm.go.id/uploads/laporan/umkm-2022.pdf

Lainatussifa, N., Pratiwi, R. D., & Wahyuni, S. (2018). Penerapan Matriks IFE dan EFE dalam perumusan strategi pengembangan usaha. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, *9*(1), 55–63.

Rahmawati, L., & Hidayat, R. (2022). Tantangan dan potensi pengembangan UMKM lokal: Studi kasus Kampung Lontong Surabaya. *Jurnal Pemberdayaan Ekonomi Lokal*, *7*(1), 45–58.

Susanto, A., & Kartika, D. (2021). Strategi peningkatan daya saing UMKM di era digital. Jurnal Inovasi Ekonomi, 6(2), 101–112.

Tambunan, T. T. H. (2019). *Usaha mikro, kecil dan menengah di Indonesia: Isu penting, perkembangan, dan kebijakan*. Jakarta: LP3ES.