

## STRATEGI PEMBERDAYAAN DAN KEUNGGULAN BERSAING PADA USAHA MIKRO DALAM PERSPEKTIF USAHA DANGKE DI KABUPATEN ENREKANG

**Syarifuddin Sulaiman**

Universitas Muhammadiyah Makassar, Indonesia

Email: syarif\_iman@unismuh.ac.id

### Abstrak

Permasalahan pemberdayaan dan keunggulan bersaing pada usaha mikro telah menjadi *issue* klasik dikalangan praktisi maupun akademisi. *Issue* yang mengemuka tentang industri tersebut yaitu tantangan internal maupun eksternal. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor dalam meningkatkan kualitas pemberdayaan serta untuk merumuskan strategi keunggulan bersaing yang tepat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan untuk kualitatif adalah wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis SWOT. Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Enrekang, dengan melibatkan lima informan kunci. Hasil penelitian ini menunjukkan beberapa faktor kunci, faktor pertama, pemberdayaan dalam mengembangkan jenis inovasi dengan meningkatkan kualitas produksi; faktor kedua, pemberdayaan dalam mempertahankan orisinalitas rasa dan ciri khas produk dangke serta menghasilkan produk-produk turunan yang sesuai dengan tren kuliner; faktor ketiga, pemberdayaan dalam meningkatkan saluran promosi yang memiliki potensi *market share* yang besar; faktor keempat, pemberdayaan dalam meningkatkan penawaran produk-produk dengan kemasan dan kualitas yang memadai agar bisa bersaing; dan faktor kelima, pemberdayaan dalam mempertahankan dan berupaya meningkatkan loyalitas konsumen. Strategi *strength-opportunity* sebagai pemilihan strategi yang tepat bagi perusahaan namun tetap memperhatikan dan mencermati setiap kelemahan maupun ancaman dari faktor eksternal.

**Kata Kunci:** pemberdayaan; keunggulan bersaing; usaha mikro

### Abstract

*The problem of empowerment and competitive advantage in micro businesses has become a classic issue among practitioners and academics. Issues that have surfaced regarding the industry are internal and external challenges. This study aims to identify the factors in improving the quality of empowerment and to formulate an appropriate competitive advantage strategy. This research uses a qualitative approach. The method used for qualitative is in-depth interviews, observation and documentation. The analysis technique used is the SWOT analysis. This research was conducted in Enrekang District, involving five key informants. The results of this study indicate several key factors, the first factor, empowerment*

<b>How to cite:</b>	Syarifuddin Sulaiman (2022) Strategi Pemberdayaan dan Keunggulan Bersaing pada Usaha Mikro dalam Perspektif Usaha Dangke di Kabupaten Enrekang, <i>Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia</i> , 7(1).
<b>E-ISSN:</b>	2548-1398
<b>Published by:</b>	Ridwan Institute

*in developing types of innovation by increasing the quality of production; the second factor, empowerment in maintaining originality of taste and characteristic of dangke products and producing derivative products that are in line with culinary trends; the third factor, empowerment in increasing promotion channels that have a large market share potential; the fourth factor, empowerment in increasing the supply of products with adequate packaging and quality in order to compete; and the fifth factor, empowerment in maintaining and trying to increase consumer loyalty. The strength-opportunity strategy is the selection of the right strategy for the company but still pays attention to and pays close attention to any weaknesses and threats from external factors.*

**Keywords:** *empowerment; competitive advantage; micro business*

## **Pendahuluan**

Permasalahan pemberdayaan dan keunggulan bersaing pada industri mikro telah menjadi isu prioritas bagi para praktisi maupun akademisi (Usaha, Kecil, Kandri, Gunungpati, & Semarang, 2019). Isu yang mengemuka tentang industri tersebut yaitu tantangan internal maupun eksternal (Irawan, Kestrilia Rega Prilianti, & Melany, 2020). Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah menjelaskan beberapa isu penting bagi industri mikro yaitu pengelolaan usaha yang masih tradisional, terbatasnya SDM yang berkualitas, terbatasnya kemampuan manajemen dan penggunaan teknologi informasi modern, kemampuan pemasaran dan akses informasi yang terbatas, legalitas formal dan perlindungan usaha yang belum memadai, dan terbatasnya akses kredit kepada lembaga pembiayaan (Maiti & Bidinger, 1981; dan Sunariani et al., 2017).

Industri makanan merupakan salah satu bagian dari industri mikro, telah mengalami pertumbuhan yang sangat pesat diatas pertumbuhan sektor manufaktur. Pada tahun 2017 pada triwulan III, industri makanan dan minuman tumbuh sebesar 9,46%. Industri tersebut juga mampu berkontribusi terhadap PDB industri nonmigas pada tahun 2017 sebesar 34,95%, angka tersebut lebih tinggi dibandingkan dengan industri lainnya (Badan Pusat Statistik, 2018). Pertumbuhan sektor kuliner dapat ditinjau dari nilai investasi pada tahun 2018 meningkat sebesar Rp 56,20 triliun (Kementerian Perindustrian, 2018), kemudian pada proyeksi pertumbuhan nonmigas di tahun 2019, sektor kuliner diprediksi akan tumbuh sebesar 9,86%. Kontribusi PDB sektor tersebut lebih besar dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan besar. Sektor kuliner juga terbukti mampu menyerap tenaga kerja sebesar 42,5 persen (Lewaherilla et al., 2020; dan Fitriadi et al., 2021).

Berdasarkan data Kajian Ekonomi dan Keuangan Regional Provinsi Sulawesi Selatan (Bank Indonesia, 2018), bahwa beberapa daerah telah menetapkan strategi untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerahnya. Kabupaten Enrekang sebagai salah satu daerah potensial di Sulawesi Selatan telah ditetapkan sebagai daerah agrowisata karena terkenal sebagai penghasil komoditas pertanian unggulan. Penerapan strategis tersebut menjadikan Kabupaten Enrekang berpeluang untuk mendorong industri lainnya seperti industri makanan (kuliner) khususnya *dangke* (keju) telah

menjadi makanan tradisional yang terkenal (Selatan, Abduh, Mallawangeng, & Tang, 2019; Studi Agribisnis, Pertanian, & dan Perikanan, 2020). Dinas Peternakan Jawa Barat telah meliris temuan bahwa sebanyak 52 persen produk makanan olahan susu (keju) paling diminati oleh konsumen.

Temuan Gianyar (2019) dan Widowati et al. (2018) mengenai makanan tradisional menyatakan bahwa kendala utama atau masalah klasik yaitu rendahnya pemberdayaan terhadap pengusaha-pengusaha mikro untuk meningkatkan kinerja penjualan. Fakta menunjukkan bahwa hambatan terbesar yang dihadapi pelaku usaha *dangke* yaitu sulitnya memasarkan makanan tradisional tersebut, sehingga daya saingnya relatif rendah (Kristiana, Suryadi, & Sunarya, 2018). Berbagai hambatan baik dari sisi kemasan, biaya produksi, dan jangka waktu produksi serta hambatan lainnya. Hambatan yang sering dialami oleh pengusaha makanan yaitu masalah kemasan yang tidak memiliki daya saing, hal ini sesuai dengan temuan Syarifudin et al. (2017) bahwa kemasan produk makanan sangat mempengaruhi tingkat penjualan.

Hambatan lainnya yang dialami oleh industri makanan yaitu tingginya biaya produksi dan lama waktu memproduksi, hal ini disebabkan oleh faktor faktor eksternal seperti biaya pengiriman yang tinggi, fluktuasi harga bahan baku, dan fluktuasi harga bahan bakar minyak (Fajri, 2018; Sari, 2018; Setiawan et al., 2020; dan Zahrulianingdyah, 2018). Hambatan berikutnya yaitu kendala promosi, banyak pengusaha yang masih mengandalkan pemasaran konvensional yang memiliki banyak keterbatasan (Harsana, Baiquni, Harmayani, & Widyaningsih, 2019). Hambatan terakhir yaitu keterbatasan SDM, sehingga mereka sangat membutuhkan pembelajaran inovasi dan manajemen tentang kewirausahaan (Abubakar & Palisuri, 2018; Hamdani & Willy, 2020; dan Pakpahan & Kristiana, 2019). Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor dalam meningkatkan kualitas pemberdayaan serta untuk merumuskan strategi keunggulan bersaing yang tepat.

## Metode Penelitian

Identifikasi faktor-faktor dalam meningkatkan kualitas pemberdayaan serta strategi keunggulan bersaing dianalisis menggunakan teknik SWOT, dimana faktor yang akan diprioritaskan berdasarkan perbandingan berpasangan dan matriks peluang, kemudian pentingnya setiap faktor atas faktor-faktor lain baik faktor internal (kekuatan dan kelemahan,) maupun eksternal (peluang dan ancaman) (DeMaria, 2020). Alternatif-alternatif strategis berdasarkan faktor-faktor yang diprioritaskan menggunakan matriks TOWS (Irfan et al., 2020). Analisis SWOT sebagai salah satu teknik analisis yang bertujuan untuk mengidentifikasi strategi yang tepat (Madurai Elavarasan, Afridhis, Vijayaraghavan, Subramaniam, & Nurunnabi, 2020). Analisis SWOT merupakan alat pendukung dalam pengambilan keputusan yang penting, dan umumnya digunakan untuk menganalisis alternatif strategi secara sistematis dengan mengidentifikasi faktor lingkungan internal maupun eksternal. Kekuatan dan kelemahan diidentifikasi oleh penilaian internal pelaku usaha mikro dan peluang dan ancaman oleh penilaian eksternal. Setelah mengidentifikasi faktor-faktor SWOT, kemudian strategi

dikembangkan untuk membangun kekuatan, menghilangkan kelemahan, memanfaatkan peluang atau meminimalisir dampak ancaman (Mallick, Rudra, & Samanta, 2020).

Selama beberapa dekade terakhir, telah ditetapkan bahwa ciri strategi yang baik yaitu dengan memastikan kesesuaian antara situasi eksternal yang dihadapi usaha mikro (ancaman dan peluang) dan kualitas atau karakteristik internalnya (kekuatan dan kelemahan) (Rocha & Caldeira-Pires, 2019). Aplikasi lain digunakan untuk mendapatkan hasil maksimal dari analisis SWOT dalam proses perencanaan strategi lebih lanjut, seperti matriks TOWS, yang dapat membantu secara sistematis dalam mengidentifikasi hubungan antara ancaman, peluang, kelemahan dan kekuatan, serta mampu menampilkan matriks strategis untuk menghasilkan strategi berdasarkan hubungan dari faktor internal maupun eksternal (Li et al., 2020; dan Namugenyi et al., 2019). Pelaku usaha mikro dapat pula mengidentifikasi faktor-faktor positif dan negatif dan kemudian mengadopsi strategi yang sesuai dengan faktor-faktor tersebut.

### Hasil dan Pembahasan

Internal Factors Analysis Summary (IFAS) sebagai hasil analisis dari berbagai faktor internal yang mempengaruhi strategi pemberdayaan Usaha Skala Mikro di Enrekang Sulawesi Selatan, faktor-faktor strategis internal disusun untuk merumuskan faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan). Hasil identifikasi kekuatan pemberdayaan Usaha Skala Mikro di Kabupaten Enrekang Sulawesi Selatan: (1) harga produk terjangkau untuk semua segmen; (2) pilihan rasa yang variatif; (3) cita rasa unik dan berkualitas; (4) telah dikenal luas oleh masyarakat; (5) tempat yang strategis; (6) bersikap ramah; (7) konsep pengolahan yang alami; (8) ciri khas daerah; (9) bahan baku mudah dan sesuai standar; (10) pasokan persediaan bahan baku; (11) kandungan gizi tinggi; dan (12) menerapkan pemasaran online. Berikut ini hasil identifikasi kelemahan pemberdayaan Usaha Skala Mikro di Enrekang Sulawesi Selatan: (1) modal usaha yang terbatas; (2) teknologi masih konvensional; (3) kompetensi sumber daya manusia yang rendah; (4) rendahnya literasi keuangan; (5) kemasan tidak menarik; (6) minim inovasi; dan (7) promosi masih tradisional.

*External Factors Analysis Summary* (EFAS) sebagai hasil analisis dari berbagai faktor eksternal yang mempengaruhi strategi pemberdayaan Usaha Skala Mikro di Enrekang Sulawesi Selatan, faktor-faktor strategis eksternal disusun untuk merumuskan faktor-faktor eksternal dalam kerangka *opportunities* dan *threats*. Berikut ini hasil identifikasi peluang pemberdayaan Usaha Skala Mikro di Enrekang Sulawesi Selatan: (1) peningkatan kesejahteraan masyarakat; (2) pertumbuhan ekonomi daerah; (3) politik, hukum dan sosial kondusif dan aman; dan (4) permintaan produk dangke yang stabil. Berikut ini hasil identifikasi ancaman pemberdayaan Usaha Skala Mikro di Enrekang Sulawesi Selatan: (1) bencana alam; dan (2) produk saingan yang lebih murah. Setelah faktor internal dikelompokkan menjadi kekuatan dan kelemahan, dan faktor eksternal dikelompokkan menjadi peluang dan ancaman, langkah selanjutnya adalah melakukan pembobotan IFAS dan EFAS. Penilaian bobot IFAS dan EFAS

Strategi Pemberdayaan dan Keunggulan Bersaing pada Usaha Mikro dalam Perspektif  
Usaha Dangka di Kabupaten Enrekang

menjadi hal penting dalam proses analisis SWOT dengan hasil rekapitulasi matriks IFAS sebagai berikut.

**Tabel 1**  
**Hasil IFAS**

<b>Kekuatan</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Total</b>
Harga produk terjangkau untuk semua segmen	0,057	3,4	0,20
Pilihan rasa yang variatif	0,058	3,4	0,20
Cita rasa unik dan berkualitas	0,062	3,6	0,22
Telah dikenal luas oleh masyarakat	0,056	3,3	0,19
Tempat yang strategis	0,059	3,5	0,21
Bersikap ramah	0,059	3,5	0,21
Konsep pengolahan yang alami	0,060	3,6	0,21
Ciri khas daerah	0,059	3,5	0,21
Bahan baku mudah dan sesuai standar	0,057	3,4	0,20
Pasokan persediaan bahan baku	0,062	3,6	0,22
Kandungan gizi tinggi	0,063	3,7	0,23
Menerapkan pemasaran online	0,062	3,7	0,23
<b>Total Skor Kekuatan</b>			<b>2,53</b>
<b>Kelemahan</b>			
Modal usaha yang terbatas	0,038	2,2	0,08
Teknologi masih konvensional	0,042	2,5	0,10
Kompetensi sumber daya manusia yang rendah	0,041	2,4	0,10
Rendahnya literasi keuangan	0,042	2,5	0,10
Kemasan tidak menarik	0,041	2,4	0,10
Minim inovasi	0,042	2,5	0,10
Promosi masih tradisional	0,039	2,3	0,09
<b>Total Skor Kelemahan</b>			<b>0,68</b>
<b>∑ IFAS</b>	<b>1</b>	<b>59,160</b>	<b>3,21</b>

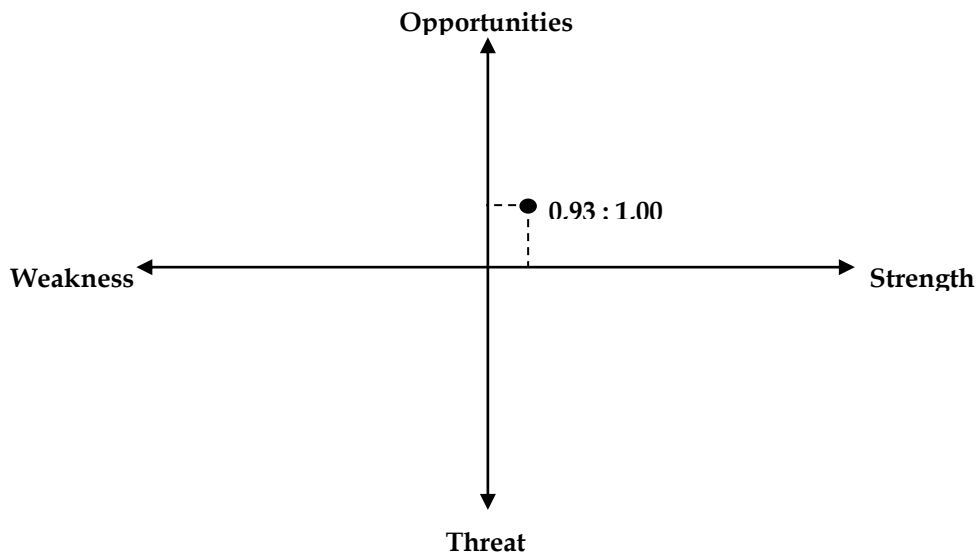
Setelah mengidentifikasi berbagai peluang dan ancaman maka berikut ini hasil rekapitulasi matriks EFAS.

**Tabel 2**  
**Hasil EFAS**

<b>Peluang</b>	<b>Bobot</b>	<b>Rating</b>	<b>Total</b>
Peningkatan kesejahteraan masyarakat	0,185	3,6	0,67
Pertumbuhan ekonomi daerah	0,189	3,7	0,70
Politik, hukum dan sosial kondusif dan aman	0,181	3,5	0,64
Permintaan produk dangke yang stabil	0,185	3,6	0,67
<b>Total Skor Peluang</b>			<b>2,66</b>
<b>Ancaman</b>			
Bencana alam	0,127	2,5	0,32
Produk saingan yang lebih murah	0,133	2,6	0,35
<b>Total Skor Ancaman</b>			<b>0,66</b>
<b>∑ EFAS</b>	<b>1</b>	<b>19,480</b>	<b>3,32</b>

Merujuk pada hasil analisis tabel 1 dan 2 dalam perhitungan strateginya memerlukan penegasan dari adanya posisi dalam diagram yaitu antara kekuatan dan

kelemahan, hal yang sama berlaku pada peluang dan ancaman yang keseluruhan digambarkan dalam garis-garis positif dan negatif. Dalam penentuan koordinat, dapat dilakukan berdasarkan perhitungan sebagai berikut: (a) Koordinat Analisis Internal (Skor total kekuatan–skor total kelemahan) =  $(2,53 - 0,68) : 2 = 0,93$ ; (b) Koordinat Analisis Eksternal (Skor total peluang–skor total ancaman) =  $(2,66 - 0,66) : 2 = 1,00$ . Berdasarkan hasil di atas dapat di tentukan titik koordinat teletak pada  $(0,93 : 1,00)$ .



Gambar 1  
TOWS Positioning

Posisi strategi pemberdayaan Usaha Skala Mikro di Enrekang Sulawesi Selatan berada pada kuadran I yang berarti pada posisi pertumbuhan, dimana hal ini menunjukkan kondisi internal yang kuat dan kondisi eksternal yang mendukung peningkatan kualitas pemberdayaan. Berdasarkan kekuatan relatif relasi, maka relasi sintesis dijabarkan sebagai berikut:

		INTERNAL												EKSTERNAL						
		Kekuatan												Kelemahan						
		S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7
PELUANG	O1	1 Pemberdayaan dalam mengembangkan jenis inovasi dengan meningkatkan kualitas produksi																		
	O2	2 Pemberdayaan dalam mempertahankan orisinalitas rasa dan ciri khas produk dangke serta menghasilkan produk-produk turunan yang sesuai dengan tren kuliner																		
ANCAMAN	T1	3 Pemberdayaan dalam meningkatkan saluran promosi yang memiliki potensi market share yang besar																		
	T2	4 Pemberdayaan dalam meningkatkan penawaran produk-produk dengan kemasan dan kualitas yang memadai agar bisa bersaing																		
		5 Pemberdayaan dalam mempertahankan dan berupaya meningkatkan loyalitas konsumen																		

Gambar 2  
Matrix IFAS – EFAS SWOT

### **Kesimpulan**

Strategi yang sebaiknya dilakukan Usaha Skala Mikro yang berada pada bagian ini, yaitu strategi tumbuh dan membangun. Penerapan strategi *Growth* and *Build* dapat berupa strategi intensif seperti penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk atau strategi *integrative* seperti integrasi ke belakang, integrasi ke depan dan integrasi horizontal. Strategi yang sebaiknya dilakukan bagi Usaha Skala Mikro adalah strategi pertumbuhan, yaitu desain strategi untuk mencapai pertumbuhan, baik penjualan, profit, maupun kombinasi dari ketiganya.

Dengan menurunkan harga, mengembangkan produk baru, menambah kualitas produk atau jasa, atau meningkatkan akses ke pasar yang lebih luas. Upaya menurunkan harga dapat dilakukan dengan meningkatkan pengendalian biaya (efisiensi) terutama pada biaya-biaya variabel. Penurunan harga akan mempengaruhi peningkatan profit dan peningkatan daya saing.

Beberapa faktor kunci, faktor pertama, pemberdayaan dalam mengembangkan jenis inovasi dengan meningkatkan kualitas produksi; faktor kedua, pemberdayaan dalam mempertahankan orisinalitas rasa dan ciri khas produk dangke serta menghasilkan produk-produk turunan yang sesuai dengan tren kuliner; faktor ketiga, pemberdayaan dalam meningkatkan saluran promosi yang memiliki potensi *market share* yang besar; faktor keempat, pemberdayaan dalam meningkatkan penawaran produk-produk dengan kemasan dan kualitas yang memadai agar bisa bersaing; dan faktor kelima, pemberdayaan dalam mempertahankan dan berupaya meningkatkan loyalitas konsumen. Strategi *strength-opportunity* sebagai pemilihan strategi yang tepat bagi perusahaan namun tetap memperhatikan dan mencermati setiap kelemahan maupun ancaman dari faktor eksternal.



## BIBLIOGRAFI

- Abubakar, Herminawaty, & Palisuri, Palipada. (2018). Karakteristik Wirausaha terhadap Keberlanjutan Industri Kuliner Tradisional. *Prosiding Seminar Nasional: Manajemen, Akuntansi, Dan Perbankan*, 1(1), 403–410. [Google Scholar](#)
- DeMaria, Eric J. (2020). A strategic SWOT analysis of ASMBS and our specialty with implications for our future. *Surgery for Obesity and Related Diseases*, 16(12), 1885–1892. <https://doi.org/10.1016/j.soard.2020.08.003> [Google Scholar](#)
- Fajri, Ilham. (2018). Strategi Peningkatan Penjualan Makanan Tradisional Sunda Melalui Daya Tarik Produk Wisata Kuliner di The Jayakarta Bandung Suite Hotel & Spa. *THE Journal : Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 8(1), 45. <https://doi.org/10.17509/thej.v8i1.11689> [Google Scholar](#)
- Fitriadi, Yohan, Novita, Wellia, & Kelana, Adjie Surya. (2021). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Ekonomi Kreatif Sub Sektor Kuliner di Kota Padang. 10(1), 65–74. [Google Scholar](#)
- Gianyar, D. I. Kabupaten. (2019). *Pusat Kuliner Tradisional Khas Bali*. 11(April), 57–63. [Google Scholar](#)
- Hamdani, Deni, & Willy, Siska. (2020). *Manajemen Perubahan : Kuliner Makanan Tradisional Umkm Dawet Desa Sangkanhurip Kabupaten Bandung*. 04(02), 417–422. [Google Scholar](#)
- Harsana, Minta, Baiquni, Muhammad, Harmayani, Eni, & Widyaningsih, Yulia Arisnani. (2019). Potensi Makanan Tradisional Kue Kolombeng Sebagai Daya Tarik Wisata Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Home Economics Journal*, 2(2), 40–47. <https://doi.org/10.21831/hej.v2i2.23291> [Google Scholar](#)
- Irawan, Paulus Lucky Tirma, Kestrialia Rega Prilianti, & Melany. (2020). Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah (UKM) Melalui Implementasi E-Commerce di Kelurahan Tlogomas. *Jurnal SOLMA*, 9(1), 33–44. <https://doi.org/10.29405/solma.v9i1.4347> [Google Scholar](#)
- Irfan, Muhammad, Hao, Yu, Panjwani, Manoj Kumar, Khan, Danish, Chandio, Abbas Ali, & Li, Heng. (2020). Competitive assessment of South Asia's wind power industry: SWOT analysis and value chain combined model. *Energy Strategy Reviews*, 32(August), 100540. <https://doi.org/10.1016/j.esr.2020.100540> [Google Scholar](#)
- Kristiana, Yustisia, Suryadi, Michael Thomas, & Sunarya, Samuel Riyandi. (2018). Eksplorasi Potensi Wisata Kuliner Untuk Pengembangan Pariwisata Di Kota Tangerang. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 9(1). <https://doi.org/10.31294/khi.v9i1.3604> [Google Scholar](#)



- Lewaherilla, Novalien, Valentina, Conchita, & Siahainenia, Selfiena. (2020). *Desa Waipirit Kabupaten Seram Bagian Barat ( SBB ) Provinsi Maluku*. 2, 1–8. [Google Scholar](#)
- Li, Chengjiang, Negnevitsky, Michael, & Wang, Xiaolin. (2020). Prospective assessment of methanol vehicles in China using FANP-SWOT analysis. *Transport Policy*, 96(June), 60–75. <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2020.06.010> [Google Scholar](#)
- Madurai Elavarasan, Rajvikram, Afridhis, Syed, Vijayaraghavan, Raghavendra Rajan, Subramaniam, Umashankar, & Nurunnabi, Mohammad. (2020). SWOT analysis: A framework for comprehensive evaluation of drivers and barriers for renewable energy development in significant countries. *Energy Reports*, 6, 1838–1864. <https://doi.org/10.1016/j.egyr.2020.07.007> [Google Scholar](#)
- Maiti, & Bidinger. (1981). 濟無No Title No Title. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. [Google Scholar](#)
- Mallick, Suraj Kumar, Rudra, Somnath, & Samanta, Riya. (2020). Sustainable ecotourism development using SWOT and QSPM approach: A study on Rameswaram, Tamil Nadu. *International Journal of Geoheritage and Parks*, 8(3), 185–193. <https://doi.org/10.1016/j.ijgeop.2020.06.001> [Google Scholar](#)
- Namugenyi, Christine, Nimmagadda, Shastri L., & Reiners, Torsten. (2019). Design of a SWOT analysis model and its evaluation in diverse digital business ecosystem contexts. *Procedia Computer Science*, 159, 1145–1154. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.09.283> [Google Scholar](#)
- Pakpahan, Rosdiana, & Kristiana, Yustisia. (2019). Pengenalan Kuliner Tradisional Sebagai Daya Tarik Wisata Belitung. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 2, 1054–1060. <https://doi.org/10.37695/pkmcsr.v2i0.276> [Google Scholar](#)
- Rocha, Marina Santa Rosa, & Caldeira-Pires, Armando. (2019). Environmental product declaration promotion in Brazil: SWOT analysis and strategies. *Journal of Cleaner Production*, 235, 1061–1072. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.06.266> [Google Scholar](#)
- Sari, Novita. (2018). Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Kuliner Khas Daerah Jambi. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 2(1), 51–60. <https://doi.org/10.22437/jssh.v2i1.5281> [Google Scholar](#)
- Selatan, Provinsi Sulawesi, Abduh, Natsir, Mallawangeng, Tamrin, & Tang, M. (2019). *Produksi Usaha Kripik Dangka di Kabupaten*. [Google Scholar](#)

- Setiawan, Heri, Hamid, Abd, Bustan, Jusmawi, Administrasi, Jurusan, Politeknik, Bisnis, & Sriwijaya, Negeri. (2020). *Model daya*. 16(1). [Google Scholar](#)
- Studi Agribisnis, Program, Pertanian, Fakultas, & dan Perikanan, Peternakan. (2020). Diverifikasi Produk Dangka Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Peternak Sapi Di Kabupaten Enrekang Nurhaedah\*, Arman, dan Irmayani. *Societa: Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 8(1), 58–64. [Google Scholar](#)
- Sunariani, Ni Nyoman, Suryadinata, Aan. Oka, & Mahaputra, Ida Idm Rai. (2017). Pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah (umkm) melalui program binaan di provinsi Bali. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 1–20. [Google Scholar](#)
- Syarifudin, Didin, Noor, Chairul M., & Rohendi, Cecep. (2017). Memaknai Kuliner Lokal Sebagai Daya Tarik Wisata. *Abdimas*, 1(1), 4–8. [Google Scholar](#)
- Usaha, Pemberdayaan, Kecil, Mikro, Kandri, Kelurahan, Gunungpati, Kecamatan, & Semarang, Kota. (2019). Pengembangan Ekonomi Masyarakat Melalui Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Studi di Kelurahan Kandri Kecamatan Gunungpati Kota Semarang). *Jurnal Abdimas*, 23(2), 152–157. [Google Scholar](#)
- Widowati, Indar, Hartati, & Amirudin, Zaenal. (2018). Kemasan Makanan Kuliner Tradisional “ Megono ” Sebagai Upaya Memperpanjang Waktu Simpan. *Jurnal Litbang Kota Pekalongan*, 15, 17–25. [Google Scholar](#)
- Zahrulianingdyah, Atiek. (2018). Kuliner Sebagai Pendukung Industri Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal. *Teknobuga*, 6(1), 1–9. <https://doi.org/10.1529/jtbb.v6i1.16667> [Google Scholar](#)

---

**Copyright holder:**

Syarifuddin Sulaiman (2022)

**First publication right:**

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

**This article is licensed under:**

