

ANALISIS FAKTOR INTERNAL DAN FAKTOR EKSTERNAL UMKM OLAHAN IKAN DI KABUPATEN REMBANG DENGAN MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT

Dian Anita Sari¹⁾ Agus Widodo²⁾

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YPPI Rembang
email: dian.soekamto@gmail.com¹⁾, aguswidodo.yppi@gmail.com²⁾

ABSTRACT

Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) which emerged in 2020 has an impact on many countries including Indonesia. Pakpahan (2020) stated that the sectors implicated in Indonesia are tourism, trade and investment. The business sector in Indonesia is dominated by Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). The purpose of this research is to study internal factors and external factors that support the competitiveness of processed fish MSMEs in Rembang Regency in the midst of the COVID-19 pandemic. The research methodology uses SWOT analysis. The results of the SWOT analysis show that internal factors have a score of 5.80 while external factors have a score of 6.42.

Keywords: *Competitiveness, Internal Factors, External Factors, MSMEs Processed Fish.*

ABSTRAKSI

Coronavirus Disease 2019 (COVID-19) yang muncul pada tahun 2020 berimbas pada banyak negara termasuk Indonesia. Pakpahan (2020) mengemukakan bahwa sektor yang terimplikasi di Indonesia adalah pariwisata, perdagangan dan investasi. Sektor usaha di Inonesia lebih banyak didominasi oleh Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Tujuan dari penelitian ini adalah melakukan kajian faktor internal dan faktor eksternal yang mendukung daya saing UMKM olahan Ikan di Kabupaten Rembang di tengah pandemi covid-19. Metodologi penelitian menggunakan Analisis SWOT. Hasil Analisis SWOT menunjukkan bahwa faktor internal memiliki skor sebesar 5,80 sedangkan faktor eksternal memiliki skor sebesar 6,42.

Kata Kunci: Daya Saing, Faktor Internal, Faktor Eksternal, UMKM Olahan Ikan.

PENDAHULUAN

Coronavirus *disease* 2019 (COVID-19) yang muncul pada tahun 2020 berimbas pada banyak negara termasuk Indonesia. Pandemi covid-19 memberikan implikasi di berbagai sektor diantaranya sosial, ekonomi dan politik. Pakpahan (2020) mengemukakan bahwa sektor yang terimplikasi di Indonesia adalah pariwisata, perdagangan dan investasi.

Sektor usaha di Indonesia lebih banyak didominasi oleh usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Peranan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) bagi perekonomian Indonesia sangat besar. Hal ini ditunjukkan dengan sumbangan UMKM dalam penyerapan tenaga kerja dan kontribusi produk domestik bruto (PDB). Menurut KemenKop pada tahun 2018, jumlah UMKM di Indonesia sebanyak 64.194.057 UMKM menyerap tenaga kerja sebesar 97% dari seluruh tenaga kerja nasional.

Kajian yang dibuat oleh Kementerian Keuangan menunjukkan bahwa pandemi covid-19 memberikan implikasi negatif bagi perekonomian domestik seperti penurunan konsumsi dan

daya beli masyarakat, penurunan kinerja perusahaan, ancaman pada sektor perbankan dan keuangan, serta eksistensi UMKM (Pakpahan, 2020). Sedangkan menurut Kemenkop UKM ada sekitar 37.000 UMKM yang memberikan laporan bahwa mereka terdampak sangat serius dengan adanya pandemi ini ditandai dengan sekitar 56% melaporkan terjadi penurunan penjualan, 22% melaporkan permasalahan pada aspek pembiayaan, 15% melaporkan pada masalah distribusi barang, dan 4% melaporkan kesulitan mendapatkan bahan baku mentah.

Situasi di atas tentunya berdampak pada daya saing UMKM di berbagai wilayah di Indonesia termasuk di Kabupaten Rembang, Jawa Tengah. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Mahmudi dan Tahwin (2016) sektor yang menjadi unggulan Kabupaten Rembang adalah pengolahan ikan. Hal ini dikarenakan oleh beberapa faktor, salah satunya adalah kondisi geografis yang berdekatan dengan Laut Jawa.

Pandemi Covid 19 yang mengharuskan adanya pembatasan kegiatan masyarakat memiliki *impact* terhadap daya saing termasuk UMKM olahan ikan. Hal ini tentu berdampak pada daya saing UMKM. Penelitian ini bertujuan mengetahui variabel-variabel dari faktor eksternal dan internal dengan metode Analisis *Streng, Weakness, Opportunity*, dan *Treat* (Analisis SWOT).

TINJAUAN TEORITIS

Pengertian UMKM

Usaha kecil merupakan adalah industri rumah tangga dengan pekerja 1-4 orang, industri kecil dengan pekerja 5-19 orang, industri menengah dengan pekerja 20-99 orang, industri besar dengan pekerja 100 orang atau lebih. Sedangkan menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 mendefinisikan UMKM sebagai berikut:

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

UMKM merupakan sentra pengembangan kegiatan ekonomi. Bappenas (2008) mengemukakan beberapa peranan UMKM dalam pembangunan. Pertama, peranan UMKM dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. UMKM memiliki kemampuan untuk

menyerap tenaga kerja yang cukup signifikan dibanding dengan usaha besar, tetapi serapan PDB masih rendah dibanding dengan usaha besar. Peran yang kedua, UMKM mampu mengurangi tingkat kemiskinan. Perkembangan UMKM di Indonesia berpotensi menciptakan pertumbuhan terpadu yang tidak hanya mengandalkan *trickle down effect* berupa pertumbuhan ekonomi dan peningkatan lapangan kerja semata, melainkan juga dapat mendorong terwujudnya distribusi pendapatan yang lebih merata dan pengurangan tingkat kemiskinan.

Daya Saing UMKM

Daya saing adalah suatu konsep yang merujuk pada komitmen terhadap persaingan pasar untuk kasus perusahaan atau industri dan keberhasilan dalam persaingan internasional dalam kasus Negara (Fitriani, 2015). Daya saing menjadi sangat penting baik untuk pelaku industri kecil, menengah maupun industri kecil termasuk UMKM. Pentingnya peran UMKM dalam mendorong perekonomian Indonesia tentunya harus diiringi dengan kesadaran untuk memperkuat UMKM dengan meningkatkan daya saing melalui peningkatan produktivitas dan efisiensi.

Lingkungan Eksternal dan Internal Perusahaan

Lingkungan eksternal merupakan kondisi di luar perusahaan yang dapat mempengaruhi kehidupan perusahaan. Menurut Viljoen (2003, dalam Moeljadi, 2008) lingkungan eksternal ini sering disebut sebagai *external opportunities* dan *threats*.

Lingkungan internal perusahaan setiap usaha yang dilakukan perusahaan selalu dihadapkan pada situasi yang selalu berubah. Kondisi tersebut tidak mungkin dilaksanakan tanpa adanya proses penyesuaian terhadap kondisi eksternal yang ada. Jadi lingkungan internal merupakan cerminan kekuatan atau kelemahan dari suatu organisasi perusahaan dan dapat mencerminkan kemampuan manajemen untuk mengelola perusahaan. Hal ini dapat menunjukkan kekuatan sumber daya, meliputi segala aspek material atau nonmaterial yang dimiliki perusahaan dalam menjalankan usaha dan fungsinya untuk memproduksi secara komersial.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif analisis dengan pendekatan kualitatif menggunakan analisis SWOT (*strength, weakness, opportunities, threats*).

Teknik Analisis Deskriptif

Pendekatan deskriptif analisis dengan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini yaitu dengan cara memberikan gambaran mengenai data atau kejadian berdasarkan fakta-fakta yang tampak pada situasi yang diselidiki peneliti dan objek yang diteliti terpisah, proses penelitian yang dilakukan melalui pengukuran dengan alat yang baku yaitu analisis SWOT.

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan (Rangkuti, 2016). Analisis ini berdasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threath*) dengan faktor internal kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*). Adapun tahapan yang harus dilakukan dalam analisis SWOT adalah (Rangkuti, 2016) :

1. Mengidentifikasi Faktor-Faktor Internal dan Eksternal.

Identifikasi faktor internal berdasarkan data internal (pemasaran, produksi, sumber daya, dan keuangan dari UMKM pengolahan ikan). Adapun identifikasi faktor eksternal berdasar data eksternal (kondisi sosial ekonomi, teknologi, pembeli, pesaing, pemasok). Identifikasi mencakup kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*) serta peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threath*). Selanjutnya ditentukan bobot dan rating terhadap faktor internal dan eksternal. Pemberian bobot pada faktor internal didasarkan pada seberapa penting pengaruh faktor tersebut terhadap UMKM pengolahan ikan. Adapun untuk penentuan rating terhadap faktor internal adalah dengan melihat kekuatan dan kelemahannya.

2. Penyusunan Tabel Faktor Strategi Internal / *Internal Strategic Factors Analysis Summary* (IFAS) dan Tabel Faktor Strategi Eksternal / *Eksternal Strategic Factors Analysis Summary* (EFAS).

Penyusunan tabel (IFAS) dan(EFAS) berdasar pada faktor-faktor internal dan eksternal yang telah diidentifikasi yaitu dengan memberi bobot dan rating. Adapun tahapannya adalah sebagai berikut :

a. Tahap IFAS

- 1). Menentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan serta kelemahan UMKM pengolahan ikan.
- 2). Memberi bobot masing-masing faktor, dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00. Dalam penelitian ini pembobotan dilakukan melalui forum diskusi.
- 3). Menghitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*). Variabel yang bersifat positif (semua variabel yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik). Variabel yang bersifat negatif kebalikannya yaitu, jika kelemahan besar sekali, nilainya adalah 1, tetapi jika kelemahan rendah nilainya adalah 4. Dalam penelitian ini penentuan rating juga dilakukan melalui forum diskusi.
- 4). Mengalikan bobot dengan rating, untuk memperoleh skor.
- 5). Memberikan komentar sebagai catatan mengapa faktor-faktor tersebut dipilih.

- 6). Menjumlahkan skor pembobotan, untuk memperoleh total skor. Nilai total tersebut menunjukkan bagaimana pengaruh aspek yang nilai terhadap faktor-faktor strategis internalnya.
- b. Tahap EFAS
- 1). Menyusun peluang dan ancaman.
 - 2). Memberi bobot masing-masing faktor, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00. Dalam penelitian ini pembobotan terhadap faktor eksternal dilakukan melalui forum diskusi.
 - 3). Menghitung rating untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*). Pemberian nilai rating untuk faktor peluang bersifat positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil diberi rating +1). Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya yaitu jika nilai ancamannya sangat besar, ratingnya adalah 1 dan jika nilai ancamannya sedikit ratingnya 4. Dalam penelitian ini penentuan rating terhadap faktor eksternal dilakukan melalui forum diskusi.
 - 4). Mengalikan bobot dengan rating, untuk memperoleh skor.
 - 5). Memberikan komentar sebagai catatan mengapa faktor-faktor tersebut dipilih.
 - 6). Menjumlahkan skor pembobotan, untuk memperoleh total skor. Nilai total tersebut menunjukkan bagaimana pengaruh aspek yang nilai terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya.
 - 7). Penyusunan alternatif strategi.

Dalam Matrik SWOT, faktor strategis (internal dan eksternal) sebagaimana dalam Tabel IFAS dan EFAS ditransfer dalam sel-sel yang sesuai dalam Matrik SWOT.

1. Strategi SO
Merupakan kombinasi antara *strenght* (kekuatan) dan *opportunities* (peluang). Strategi SO berupaya untuk menggunakan kekuatan internal yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada.
2. Strategi ST
Merupakan kombinasi antara *strengths* (kekuatan) dan *threats* (tantangan), yang berupaya menggunakan seoptimal mungkin kekuatan internal untuk menghadapi tantangan atau hambatan dari luar.
3. Strategi WO
Merupakan gabungan antara *weaknesses* (kelemahan) dan *opportunities* (peluang), yang berupaya untuk meminimalkan kelemahan internal untuk memanfaatkan peluang yang ada.
4. Strategi WT
Merupakan kombinasi antara *weaknesses* (kelemahan) dan *threats* (tantangan), yang

berupaya meminimalkan kelemahan internal dan menghindari tantangan atau ancaman. Dalam Matrik SWOT terdapat 4 (empat) alternatif strategi yaitu:

Tabel 1
Matrik SWOT

IFAS	STRENGTHS (S) Tentukan 5-10 faktor-faktor kelemahan internal	WEAKNESSES (W) Tentukan 5-10 faktor-faktor kekuatan internal
OPPORTUNITIES (O) Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
TREATHS (T) Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti, 2016

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari 50 kuesioner, pengumpulan data dilakukan dengan mendistribusikan kuisisioner serta melakukan interview dengan menanyakan pertanyaan terbuka kepada responden. Daerah sebaran kuesioner meliputi pemilik UMKM olahan ikan yang dilakukan di Kecamatan Kaliwiro (Desa Tunggul Sari), Kecamatan Rembang (Desa Tasik Agung, Desa Ngotet, Desa Tanjungsari, Desa Pasar Banggi, Desa Pacar, Desa Pantiharjo) dan Kecamatan Lasem (Desa Caruban). Hasil olahan olahan Analisis SWOT adalah sebagai berikut.

Tabel 2
Faktor Strategis Internal

No	Kekuatan	Total Skor	Jumlah Responden	Bobot	Relatif	Rating	Skor
1	Bahan baku mudah didapat	274	50	5.48	0.17	3.8	0.66
2	Kemasan produk bagus	209	50	4.18	0.13	3	0.40
3	Tenaga kerja berskill tinggi	217	50	4.34	0.14	3.4	0.47
4	Letak tempat usaha yang strategis	198	50	3.96	0.13	2.5	0.31
5	Ketersediaan modal yang besar	197	50	3.94	0.12	3.2	0.40
6	Promosi menggunakan <i>online</i>	126	50	2.52	0.08	3.1	0.25
7	Memiliki sertifikasi pangan	166	50	3.32	0.11	3	0.32
Total				27.74	0.88		2.80
No	Kelemahan	Total Skor	Jumlah Responden	Bobot	Relatif	Rating	Score
1	Tenaga kerja jumlahnya terbatas	234	50	4.68	0.15	3.6	0.53
2	Modal usaha kecil/terbatas	209	50	4.18	0.13	3.5	0.46
3	Letak usaha yang tidak terjangkau jalan umum	185	50	3.7	0.12	2	0.23
4	Peralatan produksi yang masih	134	50	2.68	0.08	3.5	0.30

	sederhana						
5	Belum memiliki legalitas usaha	193	50	3.86	0.12	3	0.37
6	Keterbatasan jumlah pemasok bahan baku	263	50	5.26	0.17	3.7	0.62
7	Keterbatasan akses permodalan	202	50	4.04	0.13	2.2	0.28
8	Belum mendapat bantuan dari pemerintah	157	50	3.14	0.10	2	0.20
Total				31.54	1.00	-	3.00
TOTAL BOBOT X SCORE UNTUK INTERNAL FAKTOR				59.28	1.72		5.80

Tabel 3

Faktor Strategis Eksternal

No	Peluang	Total Skor	Jumlah Responden	Bobot	Relatif	Rating	Score
1	Regulasi pemerintah yang mendukung perkembangan usaha	217	50	4.34	0.19	3	0.57
2	Jumlah penduduk yang banyak	260	50	5.2	0.23	3.2	0.73
3	Banyaknya lembaga keuangan dan pembiayaan	182	50	3.64	0.16	2.5	0.40
4	Kemungkinan dapat menjadi produk unggulan daerah	194	50	3.88	0.17	2.9	0.49
5	Pasar yang masih luas	201	50	4.02	0.18	3.5	0.62
6	Banyaknya investor yang ingin berinvestasi	121	50	2.42	0.11	2	0.21
7	Berkembangnya pemasaran secara <i>online</i>	112	50	2.24	0.10	3	0.30
Total				25.74	1.13		3.33
No	Ancaman	Total Skor	Jumlah Responden	Bobot	Relatif	Rating	Score
1	Banyaknya produk pengganti	182	50	3.64	0.16	3.4	0.54
2	Permintaan pasar yang kecil	183	50	3.66	0.16	2	0.32
3	Munculnya teknologi baru	132	50	2.64	0.12	2	0.23
4	Rendahnya daya beli masyarakat	174	50	3.48	0.15	3.5	0.54
5	Banyaknya pesaing dari usaha yang sama	235	50	4.7	0.21	3.7	0.76
6	Kebijakan pemerintah yang tidak mendukung perkembangan usaha	231	50	4.62	0.20	3.4	0.69
Total				22.74	1.00		3.09
TOTAL BOBOT X SCORE UNTUK EKSTERNAL FAKTOR				48.48	2.13		6.42

Dari hasil Analisis SWOT di atas menunjukkan bahwa faktor internal memiliki skor sebesar 5,80. Sedangkan faktor eksternal memiliki skor sebesar 6,42. Dari hasil analisis di atas, dapat dibuat di matriks SWOT untuk menentukan strategi bersaing UMKM olahan ikan sebagai berikut:

Tabel 4
Matriks SWOT

Faktor Internal	KEKUATAN	KELEMAHAN
Faktor Eksternal	<ul style="list-style-type: none"> - Bahan baku mudah didapat - Kemasan produk bagus - Tenaga kerja berskill tinggi - Letak tempat usaha yang strategis - Ketersediaan modal yang besar - Promosi menggunakan <i>online</i> - Memiliki sertifikasi pangan 	<ul style="list-style-type: none"> - Tenaga kerja jumlahnya terbatas - Modal usaha kecil/terbatas - Letak usaha yang tidak terjangkau jalan umum - Peralatan produksi yang masih sederhana - Belum memiliki legalitas usaha - Keterbatasan jumlah pemasok bahan baku - Keterbatasan akses permodalan - Belum mendapat bantuan dari pemerintah
	PELUANG	STRATEGI SO
<ul style="list-style-type: none"> - Regulasi pemerintah yang mendukung perkembangan usaha - Jumlah penduduk yang banyak - Banyaknya lembaga keuangan dan pembiayaan - Kemungkinan dapat menjadi produk unggulan daerah - Pasar yang masih luas - Banyaknya investor yang ingin berinvestasi - Berkembangnya pemasaran secara <i>online</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemerintah membuat regulasi terkait dengan pelatihan sertifikasi pangan. 2. Pembangunan akses permodalan. 3. Edukasi mengenai pemasaran online. 4. Kerjasama dengan investor terkait pengembangan produk olahan ikan. 5. Fasilitasi sertifikat pangan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fasilitasi alat produksi olahan ikan yg lebih modern. 2. Membangunkan sentra pemasaran olahan ikan di daerah dekat jalan raya.
ANCAMAN	STRATEGI ST	STRATEGI WT
<ul style="list-style-type: none"> - Banyaknya produk pengganti - Permintaan pasar yang kecil - Munculnya teknologi baru - Rendahnya daya beli masyarakat - Banyaknya pesaing dari usaha yang sama - Kebijakan pemerintah yang tidak mendukung perkembangan usaha 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pendampingan deversifikasi produk. 2. Mengoptimalkan kerjasama sesama pengusaha olahan ikan. 3. Pendampingan untuk diadakan pameran reguler dan even-even tertentu 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pembangunan akses bahan baku 2. Pembangunan koperasi olahn ikan

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Terdapat banyak faktor yang mendukung dan menentukan strategi daya saing UMKM olahan ikan. Dengan melakukan analisis SWOT akan diketahui faktor internal yang berupa kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal berupa peluang dan ancaman. Berdasarkan 50 hasil kuesioner pada pertanyaan terbuka adalah sebagai berikut:

1. Masalah utama yang dihadapi UMKM pada saat pademi Covid-19: pemasaran menurun, modal macet, penjualan menurun.

2. Faktor yang paling berpengaruh terhadap daya saing untuk menangani pandemi Covid-19: menjaga kualitas, pemasaran *online*, sudah ada pasarnya sendiri.
3. Strategi yang digunakan di masa pandemi Covid-19: menjaga kualitas, pemasaran *online*.

Saran

Untuk mendukung daya saing UMKM Olahan Ikan, peneliti menyarankan kebijakan strategi bagi *stakeholder* sebagai berikut:

1. Banyak pelaku UMKM Olahan Ikan yang belum memiliki legalitas sertifikat pangan, oleh karena itu pemerintah perlu membuat regulasi untuk fasilitasi sertifikat pangan.
2. Pembangunan akses permodalan dan mendatangkan investor untuk membantu keterbatasan modal pelaku UMKM Olahan Ikan.
3. Pembangunan kawasan sentra produk olahan ikan, misalnya Sentra Trasi, Sentra Kerang, Sentra Pindang, dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

BPS Kabupaten Rembang, Rembang Dalam Angka Tahun 2013.

Darwanto, 2013, Peningkatan Daya Saing UMKM Berbasis Inovasi dan Kreativitas (Strategi Penguatan *Property Right* Terhadap Inovasi dan Kreativitas), *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*, September 2013, Hal. 142 – 149 Vol. 20, No.2 ISSN: 1412-3126.

Fitriati, Rachma, 2015, *Menguak Daya Saing UMKM Industri Kreatif Sebuah Riset Tindakan Berbasis Soft Systems Methodology*, Yayasan Pustaka Obor Indonesia, Jakarta.

Mahmudi, Aviv dan Muhamad Tahwin, 2016, Penentuan Produk Unggulan Daerah Menggunakan Kombinasi Metode AHP dan Topsis (Studi Kasus Kabupaten Rembang), *Jurnal Informatika UPGRIS*, Volume 2 No 2 Edisi Desember 2016.

Pokpan, Aknolt Kristian, 2020, Covid-19 dan Implikasi Bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, *Jurnal Hubungan Ilmiah Internasional*, Edisi Khusus 2020.

Nurain, Fitri, Rieska Maharani dan Andrianto, 2016, *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis & Call For Paper FEB UMSIDA 2016*.

Rangkuti, Fredi, 2016, *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating dan OCAI*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Sari, Dian Anita dan Rifqi Suprpto, 2018, Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Pengolahan Ikan Melalui Analisis SWOT, *Stability: Journal of Management and Business* Volume 01, No 02

Sarmigi, Elex, 2020, Analisis Pengaruh Covid-19 Terhadap Perkembangan UMKM di Kabupaten Kerinci, *Al-Dzahab* Vol. 1 (1) 2020.

Siagian, Sondang, 2012, *Manajemen Strategik*, Bumi Aksara, Jakarta

Solihin, Ismail, 2012, *Manajemen Strategik*, Penerbit Erlangga, Jakarta

Sugiyono, 2014, *Metode Penelitian Manajemen*, Alfabeta, Bandung

Susilo, Y. Sri, 2010, Strategi Meningkatkan Daya Saing UMKM Dalam Menghadapi Implementasi

CAFTA dan MEA, *Buletin Ekonomi* Vol. 8, No.2. halaman 70-170.

Thaha, Abdurrahman Firdaus, 2020, Dampak Covid-19 Terhadap UMKM di Indonesia, *Jurnal Brand*, Volume 2 No.1, Juni 2020.

www.ppiprembang.com

www.bpsrembang.com

www.rembangkab.go.id

www.bi.go.id