

---

## Analisis Permasalahan Bisnis Lure Fishing Menggunakan Metode SWOT

Laksmindra Saptyawati, Faiz Karima, Dewangga Ardi Saputra, Munaa Khoirul Umam,  
Ricky Soon, Adamsyah Arbas

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi dan Ssoaial, Universitas AMIKOM  
Yogyakarta

<sup>1,2,3</sup>Jl. Ring Road Utara, Ngringin, Condongcatur, Sleman, Yogyakarta  
e-mail correspondence: <sup>1</sup>laksmindra@amikom.ac.id

### Abstrak

*Bisnis Lure Fishing, menggunakan umpan buatan untuk menarik ikan, telah menjadi industri yang menarik bagi para pecinta memancing. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis permasalahan industri perikanan umpan dengan menggunakan metode SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Dengan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi bisnis ini, diharapkan para pemangku kepentingan bisnis dapat mengambil keputusan strategis yang lebih baik untuk meningkatkan kinerja bisnis dan keberlanjutannya. Hasil analisis menunjukkan bahwa industri penangkapan ikan umpan memiliki kekuatan seperti desain umpan berkualitas tinggi, jaringan distribusi yang luas dan reputasi yang baik. Namun ada pula kelemahannya seperti biaya produksi yang tinggi dan ketergantungan terhadap bahan baku impor. Peluang yang dapat dimanfaatkan antara lain meningkatnya minat masyarakat terhadap olahraga memancing dan peluang ekspor ke pasar internasional, sedangkan ancamannya berupa persaingan yang ketat dan perubahan peraturan. Strategi yang diperoleh dari analisis ini diharapkan dapat membantu melibatkan pelaku usaha perikanan dalam mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada untuk mencapai pertumbuhan berkelanjutan. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa perlu adanya fokus pada pengembangan produk yang lebih ramah lingkungan dan strategi pemasaran yang lebih efektif pada platform digital untuk meningkatkan penetrasi pasar. Dengan cara ini, industri perikanan dapat memperkuat posisi kompetitifnya dan memaksimalkan potensi pertumbuhannya di pasar perikanan global*

**Kata kunci:** maksimal 5 kata terpenting dalam makalah

### Abstract

*The Lure Fishing business, using artificial bait to attract fish, has become an attractive industry for fishing enthusiasts. This research aims to analyze the problems of the bait fishing industry using the SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) method. By identifying the strengths, weaknesses, opportunities, and threats facing this business, it is hoped that business stakeholders can make better strategic decisions to improve business performance and sustainability. The analysis results show that the bait fishing industry has strengths such as high quality bait design, wide distribution network and good reputation. However, there are also weaknesses such as high production costs and dependence on imported raw materials. Opportunities that can be exploited include increasing public interest in sport fishing and export opportunities to international markets, while threats include intense competition and changes in regulations. It is hoped that the strategies obtained from this analysis can help involve fisheries business actors in overcoming challenges and exploiting existing opportunities to achieve sustainable growth. The findings of this research indicate that there is a need to focus on developing more environmentally friendly products and more effective marketing strategies on*

*digital platforms to increase market penetration. In this way, the fishing industry can strengthen its competitive position and maximize its growth potential in the global fisheries market.*

**Keywords:** *SWOT, weakness analysis, Business, Lure Fishing*

## **1. Pendahuluan**

Bisnis lure fishing, yang fokus pada penggunaan umpan buatan seperti lure atau joran, telah menjadi industri yang menarik di kalangan pecinta memancing. Namun, seperti bisnis lainnya, bisnis lure fishing juga menghadapi berbagai permasalahan yang dapat mempengaruhi kelangsungan dan pertumbuhan bisnis tersebut. Oleh karena itu, analisis permasalahan dalam bisnis lure fishing menggunakan metode SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) menjadi penting untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi bisnis (A Luntungan, Tawas, Ekonomi Dan Bisnis, & Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, 2019)(Rahmawati, 2019). Bisnis lure fishing memiliki potensi besar untuk tumbuh dan berkembang, namun juga dihadapkan pada berbagai tantangan dan permasalahan. Dalam menghadapi lingkungan bisnis yang dinamis, analisis SWOT dapat membantu para pelaku bisnis dalam memahami posisi mereka di pasar, mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal perusahaan, serta mengenali peluang dan ancaman eksternal yang dapat memengaruhi bisnis Lure Fishing. Lure fishing adalah metode memancing yang menggunakan umpan buatan seperti lure atau joran untuk menarik perhatian ikan dan memancingnya, Lure fishing juga bisa disebut Umpan Pancing Ikan Artifisial yaitu umpan tiruan yang menyerupai aslinya (Bernando, 2021). Bisnis lure fishing berkembang pesat karena banyak pecinta memancing yang tertarik untuk menggunakan umpan buatan ini. Dengan peningkatan popularitas olahraga memancing, bisnis lure fishing memiliki peluang besar untuk tumbuh dan mendapatkan keuntungan. Namun, dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat dan perubahan tren konsumen, para pelaku bisnis lure fishing perlu melakukan analisis yang komprehensif terhadap permasalahan yang dihadapi.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan analisis permasalahan dalam bisnis lure fishing menggunakan metode SWOT, untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal bisnis lure fishing, serta peluang dan ancaman eksternal yang dapat mempengaruhi bisnis tersebut. Pemahaman ini diharapkan mampu memberikan arahan bagi pemangku kepentingan dalam bisnis lure fishing dalam mengambil keputusan strategis yang lebih baik untuk meningkatkan kinerja dan keberlanjutan bisnis Lure Fishing. Manfaat dari penelitian ini adalah memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang kondisi bisnis Lure Fishing, mengidentifikasi faktor-faktor kritis yang memengaruhi bisnis tersebut, dan memberikan rekomendasi atau strategi yang dapat membantu para pelaku bisnis dalam menghadapi permasalahan yang ada. Adapun kontribusi penelitian ini adalah memberikan wawasan pengembangan dan pertumbuhan bisnis lure fishing melalui analisis kekuatan, kelemahan, ancaman dan keberlangsungan bisnis Lure Fishing.

Penelitian ini menggunakan analisis SWOT untuk melakukan analisis perbandingan bisnis. SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) merupakan metode strategis yang digunakan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal dalam organisasi atau proyek. Faktor internal mencakup kekuatan dan kelemahan, seperti sumber daya atau kemampuan organisasi, sementara faktor eksternal meliputi peluang dan ancaman, seperti tren pasar atau perubahan kebijakan. Metode ini mendukung organisasi dalam merancang strategi yang memanfaatkan keunggulan dan peluang, sekaligus mengurangi dampak kelemahan dan ancaman. Pendekatan SWOT menjadi alat penting dalam berbagai bidang seperti bisnis, pendidikan, dan pemerintahan (Puput & Achyar, 2023). Analisis ini membantu memahami posisi organisasi secara menyeluruh untuk mendukung pengambilan keputusan strategis. Analisis SWOT adalah terdiri dari empat elemen utama: kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats). Dalam konteks bisnis lure fishing, kekuatan mengacu pada faktor-faktor positif internal yang memberikan keunggulan kompetitif atau nilai tambah bagi bisnis. Misalnya,

kualitas umpan buatan yang baik, jaringan distribusi yang efisien, reputasi yang kuat, atau keahlian dalam teknik pancing tertentu dapat menjadi kekuatan bisnis lure fishing. Di sisi lain, kelemahan merujuk pada faktor-faktor internal yang membatasi kinerja atau potensi bisnis. Misalnya, keterbatasan sumber daya manusia, kurangnya diversifikasi produk, infrastruktur yang tidak memadai, atau kurangnya kesadaran merek adalah beberapa contoh kelemahan yang mungkin dihadapi bisnis lure fishing. Selanjutnya, peluang merujuk pada faktor-faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan oleh bisnis lure fishing. Misalnya, meningkatnya minat masyarakat terhadap olahraga memancing, perkembangan teknologi dalam produksi umpan buatan, atau adanya pasar yang belum terjamah dapat menjadi peluang untuk bisnis ini. Terakhir, ancaman merujuk pada faktor-faktor eksternal yang dapat menghambat atau membahayakan kinerja bisnis lure fishing. Misalnya, persaingan yang kuat dari pesaing yang sudah mapan, perubahan regulasi tentang penggunaan umpan buatan, perubahan tren konsumen, atau risiko lingkungan yang dapat mempengaruhi populasi ikan adalah beberapa contoh ancaman yang mungkin dihadapi bisnis lure fishing.

## 2. Metode Penelitian

### 2.1 Kerangka Penelitian

Adapun alur atau kerangka penelitian yang dilakukan pada studi ini disajikan pada Gambar 1.



**Gambar 1.** Alur penelitian

Gambar 1 menjelaskan tentang tahapan penelitian, antara lain:

#### a. Analisis tentang lure fishing

Analisis berbandingan lure fishing ini dilakukan dengan mengidentifikasi berbagai jenis lure di Yogyakarta melalui browsing diberbagai sumber yang tervalidasi.

#### b. Observasi

Pada tahap ini kita melakukan eksperimen untuk mendapatkan inovasi dari lure fishing dengan mengkombinasikan berbagai parameter antara lain tehknik menggunakan umpan buatan atau lures, penentuan jenis-jenis lure yang efektif fan penggunaan di berbagai kondisi air.

#### c. Implementasi

Pada tahap ini kita menginovasikan Lure Fishing dengan pemilihan lure berdasarkan jenis ikan, kondisi air, waktu, casting dan retrieval. Yaitu crankbait untuk perairan dangkal, soft plastic untuk perairan dalam dengan tujuan menyesuaikan lingkungan yang ada dan

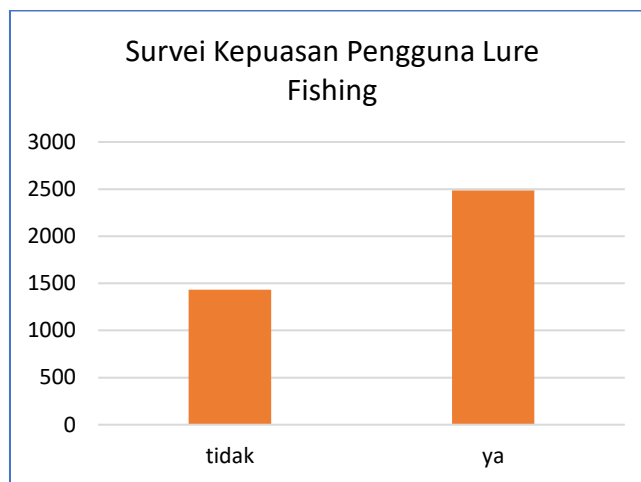
memperoleh tangkapan dari ikan predator itu sendiri. Tahan banting serta kuat mengangkat tangkapan yang besar.

#### d. Louncing lapangan

Sebagai Langkah untuk launching dilapangan maka kita melakukan testimoni dari para pemancing dari segi jenis umpan yang mereka gunakan serta di kondisi perairan seperti apa mereka memancing dan dari mereka menggunakan umpan seperti apa dalam kondisi tersebut yang mana apakah sesuai atau tidak dari hasil tangkapan mereka.

#### e. Menyimpulkan hasil

Dari hasil survei 100 orang pembeli Crankbait yang mengisi survei tentang kepuasan pelanggan terhadap jenis lure crankbait yang tidak mengembalikan hasil survei sebanyak 10%. Sedangkan 90% lainnya menyatakan bahwa 70 orang menyatakan bahwa product baru Lure fishing Crankbait meningkatkan dan efektif jumlah tangkapan ikan, sisanya yang lain menyatakan hal yang berbeda. Adapun hasil survei disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Hasil Survey pengguna Lure Fishing

## 2.2 Metode SWOT

Analisis SWOT merupakan metode evaluasi yang digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) dalam suatu konteks tertentu. Metode ini digunakan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang posisi dan kondisi suatu entitas, baik itu bisnis, produk, individu, atau proyek, dengan mempertimbangkan faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kesuksesannya. (Astuti & Ratnawati, 2020). Elemen pertama dalam analisis SWOT adalah kekuatan (Strengths). Kekuatan merupakan faktor-faktor positif internal yang memberikan keunggulan kompetitif atau nilai tambah bagi entitas yang sedang dianalisis. Contoh kekuatan dapat meliputi aset yang kuat, keahlian khusus, reputasi yang baik, teknologi yang unggul, jaringan distribusi yang efisien, atau sumber daya lain yang memberikan kelebihan dibandingkan dengan pesaing.

Kelemahan (Weaknesses), sebagai elemen kedua dalam analisis SWOT, mencerminkan faktor-faktor negatif internal yang dapat membatasi kinerja atau potensi entitas tersebut. Kelemahan ini bisa berupa keterbatasan sumber daya, kurangnya keahlian tertentu, kualitas produk yang rendah, kurangnya inovasi, sistem manajemen yang lemah, atau masalah lain yang dapat menghambat kesuksesan (Studi et al., 2019).

Selanjutnya, peluang (Opportunities) merupakan elemen ketiga dalam analisis SWOT. Peluang adalah faktor-faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan oleh entitas tersebut untuk mencapai pertumbuhan atau keberhasilan. Contoh peluang dapat meliputi perubahan tren pasar,

kebutuhan konsumen yang belum terpenuhi, peningkatan permintaan, perubahan regulasi yang menguntungkan, atau perkembangan teknologi baru.

Ancaman (Threats) sebagai elemen keempat dalam analisis SWOT, merujuk kepada faktor-faktor eksternal yang dapat mengganggu atau membahayakan kesuksesan entitas tersebut. Ancaman dapat berupa persaingan yang kuat, perubahan kebijakan pemerintah yang merugikan, perubahan tren konsumen, risiko ekonomi atau politik, atau perubahan lingkungan yang dapat mempengaruhi operasional atau reputasi.

Dengan menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman secara menyeluruh, entitas dapat memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang posisi dan kondisi mereka. Analisis SWOT membantu mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang dapat mempengaruhi strategi dan keputusan bisnis, serta membantu merumuskan rencana tindakan yang sesuai untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang, sambil mengatasi kelemahan dan menghadapi ancaman (Mashuri & Nurjannah, 2020). Analisis SWOT dapat dijadikan pedoman dalam proses usaha penentuan langkah-langkah pencapaian tujuan kegiatan, baik organisasi maupun perseorangan. (Sasoko & Mahrudi, 2023)

### 2.3 Metode Matriks TOWS – K

Analisis TOWS diperkenalkan oleh Heinz Wehrich pada tahun 1982 di University of San Francisco. Sedangkan K adalah istilah singkatan dari Klasik yang menggambarkan kesederhanaan proses penyusunannya dari berbagai macam analisis TOWS yang ada. Sedangkan matriks TOWS-K ini terdiri dari 8 sel yang terbagi menjadi 2 kelompok, yakni; pertama, kelompok inventori variabel internal dan eksternal dan kedua, kelompok implikasi strategis dari variabel-variabel tersebut. (Mamun & Hasanuzzaman, 2020)

Matriks TOWS-K adalah alat analisis strategis yang digunakan sebagai bagian dari analisis SWOT. Matriks ini membantu organisasi atau perusahaan untuk mengembangkan strategi dengan mengaitkan faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dengan faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman) (Primadona & Rafiqi, 2019).

Komponen-komponen dalam matriks TOWS-K meliputi ancaman, peluang, kelemahan, dan kekuatan. Berdasarkan kombinasi dari komponen-komponen ini, terdapat empat jenis strategi yang dapat dikembangkan (A Luntungan et al., 2019), yaitu:

- a. Strategi SO: Memanfaatkan kekuatan untuk menangkap peluang.
- b. Strategi WO: Memperbaiki kelemahan untuk memanfaatkan peluang.
- c. Strategi ST: Menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.
- d. Strategi WT: Meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

Matriks TOWS-K menyediakan kerangka kerja sistematis untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal, serta mengembangkan strategi yang tepat berdasarkan kombinasi dari faktor-faktor tersebut yang disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Matriks TOWS-K

Lingkungan internal dan lingkungan eksternal	1 Kekuatan perusahaan (S) ..... ----- -----	2 Kelemahan perusahaan (W) ..... ----- -----	
	3 Peluang bisnis (O) ---- --- ----	5 Strategi S-O (Maksi-maksi) ----- ----- -----	6 Strategi W-O (mini-maksi) ----- ----- -----
	4 Ancaman bisnis (T) ---- ----	7 Strategi S-T (maksi-mini) ----- ----- -----	8 Strategi W-T (mini-mini) ---- ----- -----

-----	-----	-----
-------	-------	-------

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### 3.1 Hasil SWOT

Setelah kami menganalisis dari lure fishing Sambero, kami mendapatkan hasil SWOT sebagai berikut:

##### a. Strength

Lure Fishing Company menawarkan desain umpan yang inovatif dan berkualitas tinggi serta pengalaman dalam teknik pembuatan umpan yang efektif. Jaringan distribusi online dan offline yang luas memudahkan lebih banyak konsumen dalam mengakses produk. Reputasi yang baik di kalangan masyarakat nelayan memperkuat posisi perusahaan ini, seiring dengan sumber barang yang melimpah dan beragam. Iklan aktif di media sosial dan forum pemancing juga membantu meningkatkan visibilitas dan penjualan.

##### b. Weaknes

Meskipun memiliki banyak kelebihan, perusahaan ini juga menghadapi beberapa kelemahan. Biaya produksi yang tinggi menjadi salah satu tantangan utama seiring dengan ketergantungan bahan baku impor dengan harga yang fluktuatif. Terbatasnya kapasitas produksi dan kurangnya tenaga ahli pemasaran juga menghambat pertumbuhan bisnis. Selain itu, kurangnya ruang pameran atau toko besar mengurangi kemampuan menarik konsumen secara langsung.

##### c. Opportunity

Industri perikanan menawarkan banyak peluang berbeda yang dapat dimanfaatkan. Tumbuhnya minat penangkapan ikan di kalangan masyarakat umum merupakan pasar yang terus berkembang. Kemampuan mengeksport ke pasar internasional juga membuka peluang lebih besar. Acara dan kompetisi memancing memberikan peluang promosi yang efektif, dan kemitraan dengan toko alat pancing dan komunitas nelayan dapat meningkatkan jaringan dan penjualan. Salah satu inovasi produk adalah membuat umpan ramah lingkungan yang dapat menarik pasar baru.

##### d. Threat

Perusahaan ini juga menghadapi sejumlah ancaman. Munculnya pesaing baru yang menawarkan produk lebih murah dapat mengancam pangsa pasar. Perubahan peraturan impor bahan baku dan fluktuasi harga bahan baku juga menjadi risiko yang perlu diwaspadai. Selain itu, tren penangkapan ikan dapat berubah dan daya beli konsumen dapat menurun karena kondisi ekonomi yang dapat mempengaruhi permintaan produk.

#### 3.1 Hasil Matrik TOWS-K

Berdasarkan hasil analisis SWOT produk Sambero Lure, kami mendapatkan hasil analisis matriks TOWS-K pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Analisis Matriks TOWS-K

	1	2
<b>Lingkungan internal dan lingkungan eksternal</b>	<p>Kekuatan perusahaan (S)</p> <p>a. Desain umpan berkualitas tinggi dan inovatif.</p> <p>b. Pengalaman dalam teknik pembuatan umpan yang efektif.</p>	<p>Kelemahan perusahaan (W)</p> <p>a. Biaya produksi tinggi.</p> <p>b. Tergantung fluktuasi bahan baku impor.</p> <p>c. Kapasitas produksi terbatas.</p> <p>d. Kurangnya ahli pemasaran.</p>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>c. Jaringan distribusi online dan offline yang luas.</li> <li>d. Reputasi bagus di kalangan nelayan.</li> <li>e. Gudang lengkap dan beragam.</li> <li>f. Aktif berpromosi di jejaring sosial dan forum nelayan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>e. Tidak ada showroom besar atau toko fisik.</li> </ul>
<p style="text-align: center;">3</p> <p>Peluang bisnis (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Hobi memancing berkembang.</li> <li>b. Peluang ekspor ke pasar internasional.</li> <li>c. Demonstrasi dan kompetisi memancing sebagai acara promosi.</li> <li>d. Kerjasama dengan toko alat pancing dan komunitas nelayan.</li> <li>e. Inovasi produk ramah lingkungan.</li> </ul>	<p style="text-align: center;">5</p> <p>Strategi S-O (Maksi-maksi)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Memanfaatkan desain dan kualitas produk untuk menarik pasar internasional.</li> <li>b. Manfaatkan jaringan distribusi yang luas untuk berpartisipasi dalam acara dan kompetisi memancing.</li> <li>c. Mempromosikan produk kreatif di jejaring sosial dan forum nelayan untuk meningkatkan kesadaran.</li> </ul>	<p style="text-align: center;">6</p> <p>Strategi W-O (mini-maksi)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Meningkatkan efisiensi produksi untuk mengurangi biaya.</li> <li>b. Menjalin kerjasama dengan pemasok lokal untuk mengurangi ketergantungan terhadap impor.</li> <li>c. Menyelenggarakan pelatihan dan pengembangan tenaga pemasaran untuk memaksimalkan peluang ekspor..</li> </ul>
<p style="text-align: center;">4</p> <p>Ancaman bisnis (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Munculnya pesaing baru dengan harga lebih murah.</li> <li>b. Perubahan peraturan impor bahan baku.</li> <li>c. Fluktuasi harga bahan baku.</li> <li>d. Perubahan tren penangkapan ikan.</li> <li>e. Daya beli konsumen menurun.</li> </ul>	<p style="text-align: center;">7</p> <p>Strategi S-T (maksi-mini)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Mengembangkan varian produk yang lebih murah tanpa kehilangan kualitas untuk bersaing dengan pesaing baru.</li> <li>b. Menjaga kualitas produk dan pelayanan untuk mempertahankan konsumen meskipun harga bahan baku berfluktuasi.</li> <li>c. Inovasi produk ramah lingkungan untuk mengikuti tren baru di dunia perikanan. mencakup semuanya.</li> </ul>	<p style="text-align: center;">8</p> <p>Strategi W-T (mini-mini)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Meningkatkan kapasitas produksi dengan berinvestasi pada teknologi baru untuk mengurangi biaya produksi.</li> <li>b. Diversifikasi pemasok bahan baku untuk mengurangi risiko fluktuasi harga. Pembangunan showroom kecil untuk meningkatkan kehadiran fisik dan menarik konsumen.</li> </ul>

#### 4. Kesimpulan

Penelitian ini berhasil mengidentifikasi dan menganalisis faktor SWOT (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam industri perikanan umpan. Melalui survei, wawancara dan analisis data sekunder, ditemukan bahwa perusahaan ini memiliki beberapa kekuatan utama seperti desain umpan yang inovatif, jaringan distribusi yang luas dan reputasi yang baik di mata para nelayan. Namun penelitian ini juga mengungkap beberapa kelemahan seperti biaya produksi yang tinggi dan ketergantungan terhadap bahan baku impor. Analisis SWOT menunjukkan bahwa industri perikanan lure menawarkan peluang yang besar, seperti meningkatnya minat masyarakat terhadap olahraga memancing dan peluang ekspor ke pasar internasional. Di sisi lain, usaha ini

menghadapi ancaman persaingan yang ketat, fluktuasi harga bahan baku, dan perubahan peraturan impor. Strategi TOWS-K merekomendasikan penggunaan aset untuk memanfaatkan peluang seperti mempromosikan produk di jejaring sosial dan forum nelayan, meningkatkan efisiensi produksi, dan mendiversifikasi pemasok bahan baku.

### Daftar Pustaka

1. A Luntungan, W. G., Tawas, H. N., Ekonomi Dan Bisnis, F., & Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, J. (2019). *STRATEGI PEMASARAN BAMBUDEN BOULEVARD MANADO: ANALISIS SWOT BAMBUDEN BOULEVARD MANADO MARKETING STRATEGY: SWOT ANALYSIS*. 7(4), 5495–5504.
2. Astuti, A. M. I., & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 58–70.
3. Bernando, A. (2021). Kelebihan & Kekurangan Ragam Umpan Pancing Ikan Artifisial Bentuk Katak. *Narada: Jurnal Desain Dan Seni*, 8(1), 59. <https://doi.org/10.22441/narada.2021.v8.i1.005>
4. Mamun, M. A. A., & Hasanuzzaman, M. (2020). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Energy for Sustainable Development: Demand, Supply, Conversion and Management*, 4(September), 1–14.
5. Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97–112.
6. Primadona, Y., & Rafiqi, Y. (2019). ANALISIS SWOT PADA STRATEGI PERSAINGAN USAHA MINIMARKET MADINA PURBARATU KOTA TASIKMALAYA. In *Jurnal Ekonomi Syariah* (Vol. 4).
7. Puput, D., & Achyar, M. (2023). Manajemen Inovasi Bunga Papan Melalui Analisis Swot Untuk Meningkatkan Penjualan ( Studi Kasus di Toko Andis Flower Kebumen ). *Journal of Management, Economics, and Entrepreneur*, 2(2), 299–321.
8. Rahmawati, S. (2019). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Bisnis Toko Surabaya Ampel Kota Kediri. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 1(2), 90–117.
9. Sasoko, D. M., & Mahrudi, I. (2023). Teknik Analisis SWOT Dalam Sebuah Perencanaan Kegiatan. *Jurnal Perspektif-Jayabaya Journal of Public Administration*, 22(1), 8–19.
10. Studi, P., Sumberdaya, P., Perikanan, D., Ilmu, F., Dan, K., & Hasanuddin, U. (2019). *Pengaruh perbedaan material umpan buatan terhadap hasil tangkapan pancing rinta' di perairan laut kota makassar skripsi*.