

Peran Analisis SWOT Dalam Pengembangan Produk Baru: Studi Kasus di Toko Dapur Manis

Thover Aldi Wijaya*, Wildan Irsandi, Willy Steven, Vicky F. Sanjaya
Universitas Islam Raden Intan Lampung

Article History:

Received:

Accepted: December 21, 2024

Received: December 30, 2024

*Corresponding Author

E-mail:

thoveraldiwijaya8@gmail.com

Abstract

Sweet Kitchen Cake Shop is one of the fast-growing culinary businesses in Mesuji city. Established in 2015, this shop offers various types of traditional and modern cakes with distinctive flavors. Along with the growth of the culinary industry in the city of Mesuji, Sweet Kitchen Cake Shop faces increasingly fierce competition. To maintain and improve competitiveness, shop owners want to develop new products that can attract consumer interest. Research methods are scientific ways to obtain data with specific purposes and uses. The scientific method means that research activities are based on scientific characteristics, namely rational, empirical, and systematic (Bungin, 2003: 3) and use several methods such as 1) Types of Data and Data Sources 2) Research Variables 3) Population5) Data Collection Methods Data collection methods are techniques or ways that researchers can use to collect data. Data collection methods as a method that is independent of data analysis methods or even becomes the main tool for data analysis methods and techniques 5) Data Collection Methods 4) Sample5) Data Collection Methods Data collection methods are techniques or ways that researchers can use to collect data. Data collection method as a method that is independent of data analysis methods or even becomes the main tool for data analysis methods and techniques A. SWOT Analysis of Sweet Kitchen Cake Shop Based on the results of data collection and data analysis, a SWOT matrix for Sweet Kitchen Cake Shop is obtained as follows: Strengths Weaknesses Threats Opportunities SWOT analysis plays an important role in directing new product development strategies at Toko Kue Dapur Manis. Through the identification of strengths, weaknesses, opportunities, and threats, companies can formulate strategies that are in accordance with internal and external conditions. Strategies that can be applied include developing new products based on local raw materials, increasing marketing capabilities, product diversification, and efforts to improve operational efficiency and cost management. Implementation of the right strategy is expected to help Toko Kue Dapur Manis in increasing competitiveness and expanding the market.

Keywords: SWOT Analysis, Management, Culinary

Abstrak

Toko Kue Dapur Manis merupakan salah satu usaha kuliner yang berkembang pesat di kota Mesuji. Didirikan pada tahun 2015, toko ini menawarkan berbagai jenis kue tradisional dan modern dengan cita rasa yang khas. Seiring dengan pertumbuhan industri kuliner di kota Mesuji, Toko Kue Dapur Manis menghadapi persaingan yang semakin ketat. Untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saing, pemilik toko ingin mengembangkan produk baru yang dapat menarik minat konsumen. Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis (Bungin,i2003:3) dan menggunakan beberapa metode seperti 1) Jenis Data Dan Sumber Data 2) Variabel Penelitian 3) Populasi5) Metode Pengumpulan Data Metode Pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Metode pengumpulan data sebagai suatu metode

yang independen terhadap metode analisis data atau bahkan menjadi alat utama metode dan teknik analisis data 5) Metode Pengumpulan Data 4) Sampel5) Metode Pengumpulan Data Metode Pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Metode pengumpulan data sebagai suatu metode yang independen terhadap metode analisis data atau bahkan menjadi alat utama metode dan teknik analisis data A. Analisis SWOT Toko Kue Dapur Manis Berdasarkan hasil pengumpulan data dan analisis data, diperoleh matrik SWOT untuk Toko Kue Dapur Manis sebagai berikut:

Kekuatan (Strengths) Kelemahan (Weaknesses) Ancaman (Threats) Peluang (Opportunities)

Analisis SWOT berperan penting dalam mengarahkan strategi pengembangan produk baru di Toko Kue Dapur Manis. Melalui identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, perusahaan dapat merumuskan strategi yang sesuai dengan kondisi internal dan eksternal. Strategi yang dapat diterapkan meliputi pengembangan produk baru berbasis bahan baku lokal, peningkatan kapabilitas pemasaran, diversifikasi produk, serta upaya untuk meningkatkan efisiensi operasional dan manajemen biaya. Implementasi strategi yang tepat diharapkan dapat membantu Toko Kue Dapur Manis dalam meningkatkan daya saing dan memperluas pasar.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Menejemen, Kuliner

PENDAHULUAN

Toko Kue Dapur Manis merupakan salah satu usaha kuliner yang berkembang pesat di kota Mesuji. Didirikan pada tahun 2015, toko ini menawarkan berbagai jenis kue tradisional dan modern dengan cita rasa yang khas. Seiring dengan pertumbuhan industri kuliner di kota Mesuji, Toko Kue Dapur Manis menghadapi persaingan yang semakin ketat. Untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saing, pemilik toko ingin mengembangkan produk baru yang dapat menarik minat konsumen.

Menurut Abdullah dan Tantri (2017), pengembangan produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan oleh pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan atau dikonsumsi, dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan sesuai perkembangan zaman. Assauri (2016), pengembangan produk merupakan kegiatan atau aktifitas yang dilakukan dalam menghadapi kemungkinan perubahan suatu produk ke arah yang lebih baik, sehingga dapat memberikan daya guna maupun daya pemuas yang lebih besar. Kotler (2017) mengatakan pengembangan produk menjadi konsep fisik dengan tujuan menyakinkan bahwa gagasan produk dapat diubah menjadi produk yang dapat bekerja. Menurut Cannondan Wichert, dikutip oleh Alma (2018), pengaruh pengembangan produk yaitu pengembangan pada semua kegiatan yang dilakukan oleh pabrikan atau produsen yang berkaitan erat dengan perkembangan zaman yang sangat berpengaruh terhadap naik turunnya penjualan sehingga harus dilakukan beberapa cara seperti dalam menentukan dan memperbaiki produk lama, memperbanyak kegunaan dari

produk yang sudah ada, dan mengurangi biaya produksi. Dengan hal tersebut dapat mempengaruhi volume penjualan pada perusahaan.¹

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran analisis SWOT dalam pengembangan produk baru di Toko Kue Dapur Manis. Studi kasus ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pelaku usaha kuliner dalam merumuskan strategi pengembangan produk yang efektif.

Rumusan Masalah

1. Apa saja kekuatan dan kelemahan Toko Dapur Manis dalam pengembangan produk baru.
2. Peluang dan ancaman apa yang dihadapi dalam pasar kuliner.
3. Bagaimana analisis SWOT dapat membantu dalam strategi pengembangan produk baru berdasarkan hasil dari analisis SWOT.

Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan Toko Dapur Manis.
2. Menganalisis peluang dan ancaman di pasar kuliner.
3. Memberikan rekomendasi strategi pengembangan produk baru berdasarkan hasil analisis SWOT.

Kegunaan Penelitian

1. Bagi Toko Dapur Manis, sebagai dasar untuk merumuskan strategi pengembangan produk baru.
2. Bagi Akademisi sebagai referensi dalam kajian tentang analisis SWOT dan pengembangan produk.
3. Bagi pelaku usaha lain, sebagai panduan dalam menghadapi tantangan di industri kuliner.

Kajian Pustaka Dan Hipotesis

Kajian Pustaka berisi pernyataan-pernyataan umum yang dibuat oleh peneliti sendiri dengan gaya bahasanya sendiri. Pokok-pokok pikiran yang dituangkan dikupas secara singkat, objektif, kritis dan dicari keterkaitan atau hubungannya

dengan teori-teori terdahulu yang pernah dikerjakan dan dikemukakan oleh peneliti sebelumnya.²

¹ Saribu, T., Daulat, H., & Maranatha, E. G. (2020). Pengaruh pengembangan produk, kualitas produk dan strategi pemasaran terhadap penjualan pada PT Astragraphia Medan. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 470380.

² Karuru, P. (2013). Pentingnya Kajian Pustaka Dalam Penelitian. *Jurnal Keguruan Dan Ilmu Pendidikan*, 2(1), 1-9.

Hipotesis merupakan gabungan dari kata "hipo" yang artinya dibawah, dan "tesis" yang artinya kebenaran. Secara keseluruhan hipotesis berarti dibawah kebenaran (belum tentu benar) dan baru dapat diangkat menjadi suatu kebenaran jika memang telah disertai dengan bukti-bukti. (Arikunto, 2000).

1. Pengertian Pengembangan Produk

Pengembangan produk ialah apabila suatu perusahaan meluncurkan produk baru yang ditujukan pada pasar yang sekarang pun sudah dimasuki. (Siagian, 2007: 146). Di dalam kamus marketing, arti dari istilah pengembangan produk adalah kegiatan yang mengarah ke dimilikinya ciri khas yang baru atau berbeda dari sebuah produk atau manfaat konsumen. Pengembangan tersebut membentang dari konsep yang sama sekali baru untuk memenuhi "keinginan" konsumen yang ditetapkan secara baru hingga modifikasi dari sebuah produk yang telah ada, penyajian dan kemasannya. Ia merupakan bagian dari sebuah proses yang harus berkesinambungan untuk menahan masa penurunan dalam daur hidup intrinsik dari suatu produk yang ada. (Hart, 2005: 163)³

2. Strategi Pengembangan Produk

Ketika mengimplementasikan strategi pengembangan produk yang baru, perusahaan biasanya bersifat responsif dari yang didapat melalui pasar serta pada aspek Litbang lebih berposisi pada pembentukan gagasan itu untuk menjadi layak dalam diproduksi (Kurniawan & Sukma, 2016). pengembangan produk yang memiliki efektivitas tidak hanya dilakukan dengan sederhana dengan meningginya biaya yang bertitik tolak pada teknologi yang radikal atau memperkenalkan teknik dan alat baru, namun pola secara kontinyu dan general dari sebuah sistem pengembangan terdiri dari struktur organisasi, teknis keterampilan, pemecahan masalah, budaya, dan strategi (Hariandja & Kautsar, 2007).⁴

3. Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan suatu analisa yang dicetuskan Albert Humphrey, pada tahun 1960 – 1970. SWOT merupakan akronim untuk kata kekuatan (strengths), kelemahan (weakness), peluang (opportunities), ancaman (threats). Menurut Freddy Rangkuti, Analisis SWOT ini mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan.

³ Arifin, M. A., & Sa'dhiyah, M. (2014). Pengembangan Produk-Produk Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Jurnal Equilibrium*, 2(1), 163.

⁴ Mustafa, P. S., & Angga, P. D. (2022). Strategi pengembangan produk dalam penelitian dan pengembangan pada pendidikan jasmani. *Jurnal Pendidikan: Riset Dan Konseptual*, 6(3), 413-424.

SWOT ini pada dasarnya dapat memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities) dan mampu meminimalkan kelemahan (weakness) dan ancaman (threats). Untuk merumuskan strategi perusahaan maka diperlukan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan baik kondisi internal maupun eksternal karena hal ini sebagai acuan dalam perencanaan strategi yang akan datang.⁵

4. Manfaat Analisis SWOT

Manfaat Analisis SWOT, sebagai berikut:

- a) Sebagai arahan perusahaan untuk menentukan berbagai strategi terkait rencana dan pelaksanaan dimasa yang akan datang. Diharapkan dapat membantu perusahaan untuk menentukan strategi yang terbaik.
- b) Menjadi bahan evaluasi kebijakan bagi perusahaan untuk memikirkan upaya yang dirasa merugikan dan menguntungkan.
- c) Memberikan informasi mengenai kondisi perusahaan atau menjadikakn pedoman untuk melakukan berbagai kebijakan baru dan solusi atas hasil penilaian dari analisa yang ada.
- d) manjemen perusahaan untuk mengembangkan atau menciptakan ide-ide baru agar perusahaan dapat berkembang sesuai dengan yang diharapkan.⁶

METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis (Bungin,i2003:3).⁷

Data yang terkumpul dianalisis dengan menggunakan metode analisis SWOT. Analisis ini dilakukan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh Toko Kue Dapur Manis. Selanjutnya, hasil analisis SWOT digunakan untuk merumuskan strategi pengembangan produk baru yang sesuai dengan kondisi internal dan eksternal perusahaan.

Jenis Data Dan Sumber Data

⁵ Barat, B. J. S. K. S. Analisis SWOT pada produk iB multiguna Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat.

⁶ 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.

⁷ Nasution, A. F. (2023). Metode penelitian kualitatif.

Jenis penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian deskriptif. Metode analisis deskriptif adalah suatu analisis yang mendeskripsikan (menggambarkan) data-data yang berkaitan dengan pokok permasalahan yang sudah dirumuskan baik berupa kondisi atau hubungan yang ada, pendapat yang sedang tumbuh, proses yang sedang berlangsung akibat yang sedang terjadi, kecenderungan yang telah berkembang. Penelitian deskriptif ini merupakan jenis metode penelitian yang menggambarkan suatu objek dan subjek yang sedang diteliti dengan apa adanya tanpa melakukan rekayasa.⁸ Sumber data dibagi menjadi dua yakni sumber data primer dan data sekunder yang diuraikan sebagai berikut:

a) Observasi

Observasi adalah mengemukakan observasi merupakan sebuah pengamatan secara langsung terhadap suatu objek yang ada di lingkungan baik itu yang sedang berlangsung atau masih dalam tahap yang meliputi berbagai aktivitas perhatian terhadap suatu kajian objek yang menggunakan pengindraan. Dan merupakan dari suatu tindakan yang dilakukan secara sengaja atau sadar dan juga sesuai urutan.⁹

b) Wawancara

Denzin mendefinisikan wawancara sebagai percakapan face to face (tatap muka), di mana salah satu pihak menggali informasi dari lawan bicaranya (dalam Black & Champion, 1976). Menurut Black dan Champion (1976) wawancara adalah suatu komunikasi verbal dengan tujuan mendapatkan formasi (dari salah satu pihak). Menurut True (1983) wawancara adalah percakapan antara dua orang mengenai suatu subjek yang spesifik. Sebuah proses komunikasi interaksional dengan tujuan yang telah ditetapkan, untuk mendalami tema tertentu melalui deretan pertanyaan.¹⁰

Variabel Penelitian

Variabel Penelitian adalah suatu atribut, nilai/ sifat dari objek, individu/kegiatan yang mempunyai banyak variasi tertentu antara satu dan lainnya yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan dicari informasinya serta ditarik kesimpulannya. Beberapa variabel menurut para ahli sebagai berikut:

⁸ Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. literasi media publishing.

⁹ Data, T. P. (2019). *Observasi. Wawancara, Angket Dan Tes*.

¹⁰ Fadhallah, R. A. (2021). *Wawancara*. Unj Press.

Menurut Hatch dan Farhady (1981), variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau objek yang mempunyai variasi antara satu orang dengan yang lain atau satu objek dengan objek yang lain.

Menurut Kerlinger (1973) menyatakan bahwa variabel adalah konstruk (cons-tructs) atau sifat yang akan di-pelajari. Misalnya: tingkat aspirasi, penghasilan, pendidikan, status sosial, jenis kelamin, golongan gaji, produktifitas kerja, dll.¹¹

Populasi

Populasi menggambarkan sejumlah data yang jumlahnya sangat banyak dan luas dalam sebuah penelitian (Darmawan, 2016), dimana populasi juga merupakan kumpulan dari semua kemungkinan orang-orang, benda-benda dan ukuran lain yang menjadi objek perhatian dalam sebuah penelitian (Suharyadi and Purwanto S. K., 2016).¹² Dalam penelitian ini yang di maksud populasi adalah konsumen yang datang ke Toko Kue Dapur Manis.

Sampel

Sampel adalah bagian terpilih dari populasi yang dipilih melalui beberapa proses dengan tujuan menyelidiki atau mempelajari sifat-sifat tertentu dari populasi induk.¹³ Dalam penelitian ini sampel yang dibutuhkan peneliti untuk dapat menganalisis kekurangan, kelebihan dan kepuasan konsumen dalam penjualan produk baru di Toko Kue Dapur Manis.

Metode Pengumpulan Data

Metode Pengumpulan data adalah teknik atau cara-cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Metode pengumpulan data sebagai suatu metode yang independen terhadap metode analisis data atau bahkan menjadi alat utama metode dan teknik analisis data. Data yang dikumpulkan dalam penelitian akan digunakan untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan pada rumusan masalah dan kemudian akan digunakan sebagai dasar dalam pengambilan kesimpulan atau keputusan.¹⁴

Teknik Analisis Data

¹¹ Ridha, N. (2017). Proses penelitian, masalah, variabel dan paradigma penelitian. *Hikmah*, 14(1), 62-70.

¹² Renggo, Y. R., & Kom, S. (2022). Populasi Dan Sampel Kuantitatif. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi*, 43.

¹³ Swarjana, I. K., & SKM, M. (2022). *Populasi-sampel, teknik sampling & bias dalam penelitian*. Penerbit Andi.

¹⁴ Makbul, M. (2021). Metode pengumpulan data dan instrumen penelitian.

Pada penelitian ini teknik analisis data menggunakan teknik kualitatif, data kualitatif berbentuk deskriptif, berupa kata-kata lisan atau tulisan tentang

tingkah laku manusia yang dapat diamati (Taylor dan Bogdan, 1984). Data kualitatif dapat dipilah menjadi tiga jenis (Patton, 1990):

1. Hasil pengamatan: uraian rinci tentang situasi, kejadian, interaksi, dan tingkah laku yang diamati di lapangan.
2. Hasil pembicaraan: kutipan langsung dari pernyataan orang-orang tentang pengalaman, sikap, keyakinan, dan pemikiran mereka dalam kesempatan wawancara mendalam.
3. Bahan tertulis: petikan atau keseluruhan dokumen, surat-menurut, rekaman, dan kasus sejarah.¹⁵

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT Toko Kue Dapur Manis

Berdasarkan hasil pengumpulan data dan analisis data, diperoleh matrik SWOT untuk Toko Kue Dapur Manis sebagai berikut:

Kekuatan (*Strengths*)

- a) Bahan baku berkualitas tinggi
- b) Resep kue yang unik dan khas
- c) Loyalitas pelanggan yang tinggi

Kelemahan (*Weaknesses*)

- a) Keterbatasan modal untuk pengembangan produk baru
- b) Lokasi yang kurang strategis
- c) SDM yang belum optimal

Peluang (*Opportunities*)

- a) Pertumbuhan kuliner yang pesat di kota Mesuji
- b) Potensi pasar yang luas untuk jenis-jenis kue tradisional dan moderen
- c) Kemajuan teknologi seperti media sosial yang mendukung aktivitas pemasaran

Ancaman (*Threats*)

¹⁵ Agusta, I. (2003). Teknik pengumpulan dan analisis data kualitatif. *Pusat Penelitian Sosial Ekonomi. Litbang Pertanian, Bogor*, 27(10), 179-188.

- a) Persaingan ketat dengan toko kue sejenis di sekitar lokasi
- b) Kenaikan harga bahan baku yang dapat memengaruhi biaya produksi dan harga jual
- c) Kemungkinan munculnya pesaing baru dengan produk yang sama

Strategi Pengembangan Produk Baru

Berdasarkan analisis SWOT, beberapa strategi yang dapat diterapkan oleh Toko Kue Dapur Manis dalam pengembangan produk baru adalah:

Strategi SO (*Strengths-Opportunities*)

- a) Mengembangkan produk kue baru dengan menggunakan bahan baku lokal yang berkualitas tinggi untuk memanfaatkan tren gaya hidup sehat.
- b) Meningkatkan kapabilitas pemasaran dan promosi melalui pemanfaatan teknologi digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*)

- a) Mencari sumber pendanaan tambahan, seperti pinjaman atau investasi, untuk memperluas kapasitas produksi dan mengembangkan produk baru.
- b) Meningkatkan inovasi produk dengan melakukan riset pasar untuk mengidentifikasi preferensi konsumen yang belum terpenuhi.

Strategi ST (*Strengths-Threats*)

- a) Mempertahankan keunggulan kompetitif produk melalui kualitas bahan baku dan cita rasa khas untuk menghadapi persaingan.
- b) Melakukan diversifikasi produk kue untuk menjangkau segmen pasar yang lebih luas dan mengurangi risiko perubahan selera konsumen.

Strategi WT (*Weaknesses-Threats*)

- a) Meningkatkan efisiensi operasional dan manajemen biaya untuk mengatasi fluktuasi harga bahan baku.
- b) Memperkuat tim pemasaran dan promosi untuk meningkatkan visibilitas merek dan loyalitas pelanggan.

Simpulan

Analisis SWOT berperan penting dalam mengarahkan strategi pengembangan produk baru di Toko Kue Dapur Manis. Melalui identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman,

perusahaan dapat merumuskan strategi yang sesuai dengan kondisi internal dan eksternal. Strategi yang dapat diterapkan meliputi pengembangan produk baru berbasis bahan baku lokal, peningkatan kapabilitas pemasaran, diversifikasi produk, serta upaya untuk meningkatkan efisiensi operasional dan manajemen biaya. Implementasi strategi yang tepat diharapkan dapat membantu Toko Kue Dapur Manis dalam meningkatkan daya saing dan memperluas pasar.

Saran

Untuk penelitian selanjutnya yang serupa dengan melibatkan lebih banyak responden dan beberapa toko kue di berbagai lokasi untuk mendapatkan hasil yang komprehensif. Melakukan studi lanjutan yang mencakup analisa jangka panjang untuk memantau perubahan dalam strategi dan hasil dari penerapan analisis SWOT. Menggunakan metode kuantitatif untuk melengkapi hasil kualitatif pada penelitian ini atau penelitian sebelumnya sehingga analisis dapat lebih objektif berbasis data. Dan untuk Toko Kue Dapur Manis sebaiknya menerapkan dan mengevaluasi efektifitas setiap strategi untuk penyesuaian yang di perlukan di masa mendatang.

Referensi

- Agusta, I. (2003). Teknik pengumpulan dan analisis data kualitatif. *Pusat Penelitian Sosial Ekonomi. Litbang Pertanian, Bogor*, 27(10), 179-188.
- Arifin, M. A., & Sa'dhiyah, M. (2014). Pengembangan Produk-Produk Lembaga Keuangan Mikro Syariah. *Jurnal Equilibrium*, 2(1), 163.
- Barat, B. J. S. K. S. Analisis SWOT pada produk iB multiguna Bank Jateng Syariah KCPS Semarang Barat.
- Data, T. P. (2019). Observasi. *Wawancara, Angket Dan Tes*.
- Fadhallah, R. A. (2021). *Wawancara*. Unj Press.
- Makbul, M. (2021). Metode pengumpulan data dan instrumen penelitian.
- Mustafa, P. S., & Angga, P. D. (2022). Strategi pengembangan produk dalam penelitian dan pengembangan pada pendidikan jasmani. *Jurnal Pendidikan: Riset Dan Konseptual*, 6(3), 413-424.
- Nasution, A. F. (2023). Metode penelitian kualitatif.
- 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.
- Renggo, Y. R., & Kom, S. (2022). Populasi Dan Sampel Kuantitatif. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Kombinasi*, 43.
- Ridha, N. (2017). Proses penelitian, masalah, variabel dan paradigma penelitian. *Hikmah*, 14(1), 62-70.

Saribu, T., Daulat, H., & Maranatha, E. G. (2020). Pengaruh pengembangan produk, kualitas produk dan strategi pemasaran terhadap penjualan pada PT Astragraphia Medan. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 470380.

Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. literasi media publishing.

Swarjana, I. K., & SKM, M. (2022). *Populasi-sampel, teknik sampling & bias dalam penelitian*. Penerbit Andi.