

SWOT: Bisnis UMKM pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Khairun

Septy Indra Santoso¹, Fahdia Santoso², Roswiyanti³, Dyan Fauziah Suryadi⁴,
Andi Gunawan⁵

^{1,2}Universitas Khairun, Ternate, Maluku Utara, Indonesia

³Universitas Cokroaminoto Makassar, Makassar, Sulawesi Selatan, Indonesia

⁴Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ciputra, Makassar, Sulawesi Selatan, Indonesia

⁵Politeknik Negeri Ujung Pandang, Makassar, Sulawesi Selatan, Indonesia

septyindra.santoso@unkhair.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi UMKM melalui pendekatan SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) guna mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keberlangsungan usaha. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara langsung kepada pelaku UMKM kuliner di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Khairun dengan tiga informan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan utama UMKM terletak pada harga yang terjangkau, lokasi usaha yang strategis, variasi produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, serta pelayanan yang cepat. Adapun kelemahan yang dihadapi meliputi keterbatasan modal, gangguan akses air bersih, keterbatasan ruang usaha, penurunan jumlah konsumen saat masa libur akademik, dan fasilitas pendukung yang belum memadai.

ABSTRACT

This study aims to analyze the condition of MSMEs using a SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) approach to identify internal and external factors that influence business sustainability. The study used a descriptive qualitative method with data collection techniques through direct interviews with culinary MSME actors in the Faculty of Economics and Business, Khairun University with three informants. The results of the study indicate that the main strengths of MSMEs lie in affordable prices, strategic business locations, product variations that suit consumer needs, and fast service. The weaknesses faced include limited capital, disruption to clean water access, limited business space, a decrease in the number of consumers during academic holidays, and inadequate supporting facilities.

Volume 11

Nomor 1

Halaman 64-70

Makassar, Juni 2026

p-ISSN 2528-3073

e-ISSN 24656-4505

Tanggal masuk

12 Juni 2026

Tanggal diterima

22 Juni 2026

Tanggal dipublikasi

4 Juli 2026

Kata kunci :

Analisis SWOT, UMKM, Strategi Pengembangan Usaha, Kewirausahaan Kampus

Keywords :

SWOT Analysis, MSMEs, Business Development Strategy, Campus Entrepreneurship



Mengutip artikel ini sebagai : Santoso, S., I, Santoso, F., Roswiyanti, Suryadi, D., F., Gunawan, A. 2026. SWOT: Bisnis UMKM pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Khairun. Tangible Jurnal, 11, No. 1, Juni 2026, Hal. 64-70. <https://doi.org/10.53654/tangible.v11i1.799>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. Selain berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja, UMKM juga menjadi penggerak aktivitas ekonomi masyarakat dan berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan ekonomi. Perlunya pengelolaan keuangan yang baik dapat memberikan dampak positif terhadap kinerja UMKM itu sendiri (Hs et.al, 2025), UMKM menjadi tulang punggung perekonomian nasional karena mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Namun demikian, berbagai tantangan masih dihadapi oleh pelaku UMKM, seperti keterbatasan modal, rendahnya pemanfaatan teknologi, keterbatasan sumber daya manusia, serta persaingan usaha yang semakin ketat.

Keberadaan UMKM di lingkungan kampus memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan UMKM pada umumnya. Lingkungan kampus menyediakan

pasar potensial yang didominasi oleh mahasiswa, dosen, dan tenaga kependidikan dengan kebutuhan konsumsi yang beragam. Afriyeni (2021) menjelaskan bahwa UMKM di sekitar kampus memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian masyarakat lokal melalui penyediaan barang dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan civitas akademika. Selain itu, tingginya aktivitas akademik dan mobilitas mahasiswa menciptakan peluang usaha yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM.

Perubahan pola konsumsi mahasiswa turut memengaruhi perkembangan UMKM di sekitar kampus. Suryani dan Saputra (2020) menemukan bahwa biaya hidup mahasiswa berpengaruh terhadap gaya hidup konsumsi sehingga mendorong munculnya permintaan terhadap produk dan jasa yang memiliki harga terjangkau. Kondisi ini menjadi peluang bagi UMKM untuk menawarkan produk yang sesuai dengan daya beli mahasiswa. Di sisi lain, faktor lokasi strategis, persepsi harga, dan fasilitas yang memadai juga menjadi pertimbangan penting bagi konsumen dalam memilih produk atau jasa yang ditawarkan (Azzahra dan Purwono, 2023; Harahap dan Wulandari, 2020).

Dalam menghadapi persaingan yang semakin kompleks, pelaku UMKM dituntut untuk mampu melakukan inovasi dan memanfaatkan teknologi digital. Handayani (2021) menyatakan bahwa pemanfaatan teknologi dapat meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM, terutama dalam aspek pemasaran dan pengelolaan usaha. Sejalan dengan itu, Kusumadewi et al. (2023) menjelaskan bahwa perkembangan ekonomi kreatif berbasis digital telah membuka peluang baru bagi UMKM untuk memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi operasional. Implementasi sistem informasi dan teknologi manajemen bisnis juga terbukti mampu meningkatkan efektivitas pengelolaan usaha (Efendi dan Aditya, 2022).

Selain inovasi dan teknologi, kualitas produk dan strategi promosi merupakan faktor yang berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM. Widad et al. (2024) menemukan bahwa kualitas produk dan promosi yang efektif dapat meningkatkan minat beli konsumen. Temuan tersebut diperkuat oleh penelitian Zed et al. (2024) yang menunjukkan bahwa keberhasilan usaha mahasiswa di lingkungan kampus dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam melakukan inovasi produk, menentukan harga yang kompetitif, memanfaatkan lokasi usaha, serta menerapkan strategi pemasaran yang tepat.

Untuk menghadapi berbagai tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada, diperlukan suatu pendekatan strategis yang mampu mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal usaha. Salah satu metode yang banyak digunakan adalah analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats* (SWOT). Analisis SWOT memungkinkan pelaku usaha untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal yang memengaruhi keberlangsungan usaha. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa analisis SWOT efektif digunakan dalam merumuskan strategi pengembangan usaha dan meningkatkan daya saing organisasi maupun UMKM (Mashuri dan Nurjannah, 2020; Sasoko dan Mahrudi, 2023).

Adanya kehadiran UMKM di sekitar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Khairun merupakan kontribusi nyata terhadap perekonomian lokal. Walaupun terdapat peluang yang besar, terdapat berbagai tantangan internal maupun eksternal yang harus dihadapi para pelaku UMKM. Dengan kesempatan yang semakin terbuka, menimbulkan persaingan pun semakin ketat, pengeluaran modal semakin tinggi, serta fluktuasi menjadi faktor penting yang perlu diperhatikan secara efektif. Dengan demikian, perlu dilakukan analisis untuk mengetahui kondisi nyata dari UMKM secara efisien.

Meskipun berbagai penelitian telah membahas pengembangan UMKM dan penerapan analisis SWOT, kajian yang secara khusus mengkaji strategi pengembangan

UMKM di sekitar lingkungan kampus masih relatif terbatas. Sebagian besar penelitian berfokus pada aspek pemasaran, kualitas produk, atau pemanfaatan teknologi secara terpisah. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang mampu mengintegrasikan berbagai faktor internal dan eksternal yang memengaruhi keberhasilan UMKM di lingkungan kampus melalui pendekatan analisis SWOT. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis bagi pelaku UMKM dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha di tengah perubahan lingkungan bisnis yang dinamis.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif dengan menggambarkan kondisi nyata secara langsung dan objektif dari para pelaku UMKM Universitas Khairun di sekitar lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Metode Analisis

Pada saat Penelitian, kami turun langsung dan melakukan analisis terkait SWOT: kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang sedang dihadapi para pelaku UMKM dalam suatu proyek atau spekulasi bisnis. Penelitian ini melakukan teknik wawancara untuk memperoleh data. Informan terdiri dari 3 pemilik kantin yaitu Ibu Widya (Kantin Tanawangko), Ibu Lusiana (Kantin Aneka Gorengan) dan Ibu Darsih (Kantin Darsih). Analisa lingkungan dibagi 2:

1. Lingkungan internal: Kekuatan (*Strength*) dan Kelemahan (*Weakness*)
Dalam konteks UMKM di lingkungan kampus, faktor internal meliputi seluruh sumber daya dan kemampuan yang dimiliki oleh pelaku usaha, seperti kualitas sumber daya manusia, modal, manajemen, serta sarana dan prasarana yang tersedia.
2. Lingkungan eksternal: Peluang (*Opportunity*) dan Tantangan (*Threat*)
Sementara itu, faktor eksternal mencakup kondisi di luar kendali pelaku usaha, seperti perubahan kebutuhan konsumen, persaingan usaha dan dukungan institusi perguruan tinggi.

Analisis terhadap kedua lingkungan tersebut sangat penting untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) sehingga dapat dirumuskan strategi pengembangan UMKM yang berkelanjutan dan berdaya saing. Peneliti bertindak sebagai instrumen utama dan data dikumpulkan dalam bentuk kata-kata berdasarkan wawancara. Ini dilakukan untuk dapat menyimpulkan sebuah strategi dimasa mendatang. Strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu unit usaha, serta rumusan pada pendayagunaan dan semua alokasi sumberdaya yang penting untuk mencapai tujuan tertentu.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT:

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan secara langsung melalui wawancara pada pelaku UMKM kuliner disekitar lingkungan FEB Universitas Khairun, kami mendapati hasil jawaban mengenai SWOT:

Kekuatan (*Strengths*)

Penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena secara mendalam dengan menggambarkan realitas yang terjadi di lapangan berdasarkan data-data yang dikumpulkan, bukan untuk menguji hipotesis tertentu. Peneliti bertindak sebagai

instrumen utama dan data dikumpulkan dalam bentuk kata-kata berdasarkan wawancara. Ini dilakukan untuk dapat menyimpulkan sebuah strategi dimasa mendatang. Dalam hal ini, analisis SWOT (*SWOT analysis*) yakni mencakup upaya-upaya untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang menentukan kinerja perusahaan. Empat bagian dalam analisis SWOT ini mengidentifikasi pertimbangan internal maupun eksternal.

1. **Harga ramah kantong mahasiswa:** Para pelaku UMKM dilingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis rata-rata melakukan penjualan setiap dagangannya dengan harga dan kualitas yang terjangkau untuk kantong mahasiswa maupun dosen. *Budget* yang dikeluarkan berkisar antar Rp.10.000 - 20.000 dengan. ketersediaan makanan dan minuman murah membantu mereka memenuhi kebutuhan harian tanpa membebani keuangan.
Dengan harga yang lebih terjangkau, UMKM memiliki peluang untuk menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan volume penjualan. Strategi ini dapat menghasilkan keuntungan yang optimal apabila didukung oleh perputaran penjualan yang tinggi, biaya operasional yang efisien, serta pangsa pasar yang luas. Dalam konsep akuntansi biaya, keuntungan dapat diperoleh melalui pendekatan *high volume-low margin*, yaitu margin laba per unit relatif kecil tetapi diimbangi oleh jumlah penjualan yang besar.
2. **Lokasi strategis:** Fakultas Ekonomi dan Bisnis merupakan salah satu dari banyaknya tempat yang strategis untuk melakukan penjualan, karena akses mudah dan berada di dalam lingkungan kampus. Sehingga, para mahasiswa yang tidak memiliki kendaraan tidak perlu menempuh jalan yang jauh untuk membeli makanan dari luar lingkungan Fakultas.
Selain lokasi yang strategis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis memiliki dominan pelaku UMKM yang lebih banyak, sehingga konsumen yang membeli bukan hanya dari mahasiswa FEB saja melainkan dari beberapa Fakultas seperti: mahasiswa Teknik, serta Ilmu budaya dan Sastra. Selain memiliki lokasi yang strategis, daya adaptasi dan kualitas para Pelaku UMKM di Fakultas Ekonomi dan Bisnis juga mampu menarik konsumen dengan suasana hati yang baik.
3. **Menu kekinian dan Bervariasi:** Menu yang disajikan baik makanan ataupun minuman memiliki banyak variasi dan selalu dilakukan modifikasi, sehingga para konsumen tidak gampang bosan. Dari sisi perhitungan dan pencatatannya masih menggunakan manual atau perkiraan dari pemilik warung dan alat pembayaran transaksinya menggunakan *cash* atau qris.
4. **Pelayanan cepat dan praktis:** Pelayanan yang diberikan termasuk cepat dan lihai karena karyawan yang dimiliki jumlahnya lebih dari satu orang, walaupun banyak pembeli, penanganan terhadap pelayanan kepada konsumen tidak memerlukan waktu yang lama.

Kelemahan (*Weaknesses*)

1. **Modal yang masih terbatas:** Dengan semakin banyaknya pesaing, maka modifikasi terhadap produk pun semakin marak. Namun, modal yang dimiliki terkadang masih kurang. Kondisi ini menyebabkan banyak UMKM berjalan secara tidak konsisten dan rentan terhadap kegagalan. Oleh karena itu, perlu adanya intervensi dari pihak kampus dalam bentuk pendampingan, pelatihan manajemen keuangan, serta akses ke modal usaha seperti program hibah, pinjaman lunak, atau kemitraan dengan koperasi atau pihak lain.
2. **Akses air yang masih mengalami gangguan:** Air merupakan salah satu kebutuhan penting bagi para pelaku UMKM. Namun, kelancaran dalam mengakses air untuk digunakan masih memiliki hambatan. Sehingga membuat para pelaku UMKM menjadi kesusahan dalam memenuhi kebutuhan air.

3. **Luas tempat yang kurang memadai:** Banyaknya konsumen menyebabkan tempat untuk makan tidak begitu cukup. Tentunya tempat makan yang sempit membuat pelanggan merasa tidak nyaman, terutama saat jam sibuk. Persaingan antara produk yang memiliki fungsi sama dengan bentuk yang berbeda juga dapat terjadinya persaingan pada kantin antar pelaku UMKM.
4. **Libur panjang:** Di setiap semesternya terjadi penurunan konsumen ketika libur panjang menjadi kendala dalam memperoleh keuntungan.
5. **Fasilitas yang kurang memadai:** Penyediaan fasilitas dari Fakultas misal salah satunya adalah tempat sampah, membuat kesusahan para pelaku UMKM dalam mengatasi sampah organik maupun non organik.

Peluang (*Opportunities*)

1. **Pendapatan tinggi:** Banyaknya jumlah mahasiswa maupun dosen baik dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis maupun dari Fakultas lain membuahkan hasil pendapatan tinggi bagi para pelaku UMKM, karena banyak yang membeli dagangan mereka. Beberapa fakultas ada yang tidak memiliki kantin, sehingga para pelaku UMKM dapat mengambil peluang itu untuk menarik konsumen lainnya. Kreativitas semakin meningkat.
2. **Persaingan yang tinggi:** Membuat para pelaku UMKM semakin gesit dalam menciptakan modifikasi dalam produk yang dijual, sehingga kreativitas semakin meningkat. Jika semakin banyak kreativitas meningkat, maka Minat dan peluang untuk konsumen yang berkeinginan menjadi wirausaha baru akan ikut meningkat.

Ancaman (*Threats*)

Persaingan Tinggi: Pelaku UMKM tidak hanya berada dilingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, namun diluar Fakultas juga. Hal ini, menyebabkan muncul persaingan tinggi yang menjadi ancaman. Kebijakan yang berubah sewaktu-waktu dapat menimbulkan dampak buruk bagi para pelaku UMKM.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku UMKM di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Khairun. Kekuatan UMKM ini Terletak pada harga yang terjangkau untuk mahasiswa dan dosen, karena mahasiswa adalah konsumen aktif yang memiliki kebutuhan harian akan makanan dan minuman. Lingkungan menjadi salah satu hal penting dalam menjalankan usaha. Dengan lingkungan yang mendukung maka kegiatan usaha akan dapat berjalan dengan baik (Bayana dan Paradhita, 2023). Karena rutinitas akademik yang padat, banyak dari mereka lebih memilih membeli makanan siap saji. Dengan lokasinya yang sangat strategis di dalam lingkungan kampus yang mudah di akses, dan variasi menu yang kekinian yang selalu di minati mahasiswa dan para dosen, serta pelayanannya cepat dan efisien.

Namun, terdapat kelemahan seperti keterbatasan modal, gangguan akses air, ruang yang kurang memadai, terjadi penurunan konsumen saat libur panjang, dan fasilitas kampus yang kurang mendukung. Peluang yang ada mencakup potensi pendapatan tinggi berkat banyaknya konsumen dari berbagai fakultas, serta meningkatnya kreativitas pelaku UMKM karena adanya persaingan yang ketat. Di sisi lain ancaman yang di hadapi UMKM terjadinya persaingan tinggi baik dari dalam fakultas maupun luar fakultas serta tidak konsistennya kebijakan kampus yang memengaruhi izin usaha UMKM. Banyaknya konsumen Dari kantin Fakultas Ekonomi dan Bisnis juga mempengaruhi ketahanan para pelaku UMKM, dikarenakan jatuh tempo untuk pembayaran sewa tempat juga membutuhkan pelanggan yang memadai, jika tidak sesuai target maka kerja sama antara pelaku dan Fakultas juga dibatasi.

Saran

Pelaku UMKM perlu menyusun laporan keuangan sederhana, memisahkan keuangan pribadi dan usaha, serta melakukan perencanaan modal kerja secara berkala serta perlu adanya mitra binaan.

Implikasi

Pelaku UMKM perlu meningkatkan efisiensi biaya, memperbaiki pencatatan keuangan, serta melakukan inovasi produk secara terukur agar dapat mempertahankan daya saing dan keberlanjutan usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriyeni, Y. (2021). *Strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di sekitar kampus dalam meningkatkan perekonomian masyarakat*. Jurnal Ilmu Ekonomi, 10(2), 152-163.
- Anwar, M. C., & Utami, M. C. (2012). *Analisis SWOT pada strategi bisnis dalam kompetisi pasar (Studi kasus: Toko Pojok Madura)*. Studia Informatika: Jurnal Sistem Informasi, 5(1), 1-9.
- Azzahra, F. F., & Purwono, P. (2023). *Pengaruh persepsi harga, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen penghuni kos di sekitar UIN Raden Mas Said Surakarta (Skripsi)*. UIN Raden Mas Said Surakarta.
- Bayana, M., & Praditha, R. (2023). *Green Accounting pada UMKM Tahu Takalar (sebuah tinjauan fenomenologi)*. Tangible Journal, 8(1), 1-9.
<https://doi.org/10.53654/tangible.v8i1.292>
- Hs, W. H., Djohan,, D., Ginting, Y. R. F., Duffin, D., & Harianto, A. (2025). *Peningkatan Kinerja Keuangan UMKM melalui Pengelolaan yang Efektif, Penerapan Akuntansi yang Akurat dan Integrasi Teknologi*. Tangible Journal, 10(1), 20-30.
<https://doi.org/10.53654/tangible.v10i1.597>
- Efendi, H. F., & Aditya, A. (2022). *Analisis proses bisnis dan penerapan sistem ERP Odoo open source pada aktivitas persediaan, pembelian dan penjualan (Studi kasus: Captain Gadget)*. Procedia Ilmu Sosial dan Humaniora, 349-357.
- Fatimah, F. N. A. D. (2016). *Teknik analisis SWOT*. Anak Hebat Indonesia. Yogyakarta.
- Handayani, R. (2021). *Peningkatan kapasitas UMKM mahasiswa melalui inovasi dan teknologi*. Jurnal Pengabdian Masyarakat Ekonomi, 4(1), 23-35.
- Harahap, R., & Wulandari, T. (2020). *Pengaruh kenyamanan fasilitas terhadap kepuasan konsumen di rumah makan sekitar kampus*. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 12(1), 54-61.
- Kusumadewi, R., Fitriadi, H., Sari, A. F. K., Zulfkar, A. L., Islami, P. Y. N., Amrina, D. H., et al. (2023). *Perkembangan ekonomi kreatif dan ekonomi industri berbasis digital*. Penerbit Adab.

- Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). *Analisis SWOT sebagai strategi meningkatkan daya saing*. JPS (Jurnal Perbankan Syariah), 1(1), 97–112. DOI:[10.46367/jps.v1i1.205](https://doi.org/10.46367/jps.v1i1.205)
- Nugroho, R. A., & Pramudito, A. (2021). Analisis keterbatasan modal dan dampaknya terhadap keberlanjutan UMKM mahasiswa. *Jurnal Kewirausahaan dan Bisnis*, 6(2), 102–110.
- Sasoko, D. M., & Mahrudi, I. (2023). *Teknik analisis SWOT dalam sebuah perencanaan kegiatan*. *Jurnal Perspektif: Jayabaya Journal of Public Administration*, 22(1), 8–19. <https://ejournal-jayabaya.id/Perspektif/article/view/64>
- Suharto, E. (2020). *Kewirausahaan sosial dan pemberdayaan ekonomi: Inovasi, kreativitas, dan perubahan sosial*. Refika Aditama.
- Suryani, N., & Saputra, D. (2020). *Pengaruh biaya hidup terhadap gaya hidup konsumsi mahasiswa perantau*. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*, 8(1), 33–41.
- Syafitri, R. (2024). *Analisis strategi pengembangan bisnis pada UMKM Donkus Lumer oleh DRL di Kota Jambi menurut perspektif etika bisnis Islam*. Bertuah: *Jurnal Syariah dan Ekonomi Islam*, 5(3), 361–380. <https://repository.unja.ac.id/id/eprint/70140>
- Widad, R., et al. (2024). *Strategi promosi dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen (Studi pada UMKM sekitar Kampus Universitas Nurul Jadid)*. *AL-MIKRAJ: Jurnal Studi Islam dan Humaniora*, 5(01), 1634–1645. <https://doi.org/10.37680/almikraj.v5i01.6390>
- Zainuri, R., & Setiadi, P. B. (2023). *Tinjauan literatur sistematis: Analisis SWOT dalam manajemen keuangan perusahaan*. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi dan Akuntansi)*, 12(1), 22–28. <https://doi.org/10.31959/jm.v12i1.1364>
- Zed, E. Z., et al. (2024). *Strategi kewirausahaan UMKM pada angkringan mahasiswa di lingkungan Kampus Universitas Pelitabangsa*. *Jurnal Perubahan Ekonomi*, 8(12). <https://oaj.jurnalhst.com/index.php/jpe/article/view/7022>