

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BERAS IKATAN CINTA DENGAN METODE SWOT DAN QSPM

¹Rahmatul Ahya, ²Suprpto, ³Amellia Ayu Safira

Program Studi Teknik Industri, Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo

e-mail: rahmatulahya@gmail.com, supraptodd22@gmail.com,
amelliaa.safira@gmail.com

ABSTRACT

Rice is one of the most important commodities in the food industry sector in Indonesia, as the main source of carbohydrates. Beras Ikatan Cinta took part as one of the market players in this commodity. After two years, it was found that there was a decline in rice sales and difficulties in marketing expansion, so a research was carried out to determine the condition of the Beras Ikatan Cinta business and analyze the most suitable business development strategy for Beras Ikatan Cinta business. Data collection was obtained through a questionnaire and calculated using the IFE and EFE matrices and then processed and analyzed using the SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat) and QSPM (Quantative Strategic Planning Matrix) methods. The results of this study indicate the formation of 10 alternative business development strategies for Beras Ikatan Cinta, namely: (a) increasing production; (b) stability and professionalism of work; (c) create Quality Control standards; (d) permanent partnership with suppliers; (e) redesigning product packaging to make it more attractive; (f) improve HR performance; (g) create programs to maintain and increase customer loyalty; (h) determination of market prices in the face of competition; (i) strengthen capital; and (j) maintaining product characteristics. Among them the most interesting and the priority to be applied is setting Quality Control standards and redesigning product packaging which has the same TAS value of 0.62 out of a total TAS of 3.73.

Keywords: development strategy, rice, SWOT, QSPM

ABSTRAK

Komoditas beras merupakan salah satu yang terpenting dalam sektor industri pangan di Indonesia, sebagai sumber karbohidrat utama. Beras Ikatan Cinta mengambil bagian sebagai salah satu pemain pasar dalam komoditas tersebut. Setelah dua tahun berjalan, ditemukan bahwa adanya penurunan dalam penjualan beras tersebut dan kesulitan dalam ekspansi pemasaran sehingga dilakukan penelitian guna mengetahui kondisi usaha Beras Ikatan Cinta dan melakukan analisa terhadap strategi pengembangan usaha yang paling cocok untuk usaha Beras Ikatan Cinta. Pengumpulan data diperoleh melalui kuesioner dan dihitung menggunakan matriks IFE dan EFE untuk kemudian diolah dan di analisa dengan metode SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) dan QSPM (*Quantative Strategic Planning Matrix*). Hasil dari penelitian ini menunjukkan terbentuknya 10 alternatif strategi pengembangan usaha Beras Ikatan

Cinta yaitu: (a) meningkatkan produksi; (b) stabilitas dan profesionalitas kerja; (c) membuat standar *Quality Control*; (d) kemitraan tetap dengan *supplier*; (e) mendesign ulang kemasan produk agar lebih menarik; (f) meningkatkan performa SDM; (g) membuat program-program untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan; (h) penentuan harga pasar dalam menghadapi persaingan; (i) memperkuat modal usaha; serta (j) menjaga ciri khas produk. Diantaranya yang paling menarik dan prioritas untuk diterapkan adalah menetapkan standar *Quality Control* dan mendesign ulang kemasan produk dengan nilai TAS sama – sama sebesar 0,62 dari total TAS 3,73.

Kata Kunci: strategi pengembangan, beras, SWOT, QSPM

PENDAHULUAN

Komoditas beras merupakan salah satu yang terpenting dalam sektor industri pangan di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari tingkat kebutuhan masyarakat akan komoditas tersebut yang sangat tinggi. Konsumsi beras mencapai 93% dari total ketersediaan beras hasil panen dalam negeri (BPS, 2019). Untungnya, Indonesia adalah salah satu negara produsen beras terbesar di dunia. Contohnya, pada tahun 2018, Indonesia telah mampu menghasilkan GKG (Gabah Kering Giling) hingga 60,28 juta ton atau setara dengan 34,08 juta ton beras (BPS, 2019). Terdapat banyak sekali daerah di Indonesia yang menjadi sentra padi yang kemudian diolah menjadi beras, yang akhirnya beberapa dari hasilnya kini sudah mencapai pasar luar negeri.

Beras dapat dikategorikan ke dalam beberapa jenis berdasarkan jenis benih padinya. Di Indonesia sendiri terdapat beragam jenis benih yang diantaranya adalah IR64, ciherang, dan hibrida. Pada umumnya tanaman padi memiliki masa tanam 70 – 90 hari. Maka, dalam satu tahun akan ada 3-4 masa panen. Namun tidak demikian dengan beberapa jenis bibit seperti hibrida yang memiliki masa tanam yang lebih panjang yaitu mencapai 120 hari. Walau demikian, bibit dengan masa tanam yang lebih lama, pada dasarnya akan menghasilkan kualitas beras yang cenderung lebih baik pula. Terlebih lagi bibit jenis hibrida yang secara genetika merupakan persilangan murni, dimana yang diambil merupakan gen terbaik. Dengan adanya persilangan benih murni tersebut, beras yang dihasilkan menjadi lebih menarik secara fisik, baik sebelum maupun sesudah dimasak. Ciri - ciri beras ini diantaranya adalah wangi ketika di masak, lebih pulen secara tekstur dan berwarna putih bersih.

Atas dasar tersebut, maka beras ini dinilai mampu bersaing di pasaran, karena keunggulannya secara fisik dan kualitas. Keunggulan lainnya untuk beras ini adalah produksinya yang melimpah dalam satu tanaman dibandingkan dengan jenis lainnya. Ini tentunya mampu mengimbangi ketersediaan jumlah beras dengan benih lainnya yang memiliki masa tanam lebih pendek. Tidak hanya itu, sejumlah petani juga telah merasakan bahwa penghasilan mereka lebih meningkat dengan benih ini. Selain karena bobot beras yang dihasilkan lebih banyak, ternyata, jenis beras ini juga diminati oleh para konsumen. Akan tetapi, belum banyak yang mengetahui akan hal ini. Diantara para petani sendiri, masih banyak yang memilih untuk menanam padi dengan benih turunan, yang sebenarnya kualitas hasil padinya semakin menurun setiap panen. Tidak hanya itu, sosialisasi

akan adanya benih ini juga belum terlalu luas dan sebagian besar pasar masih dikuasai oleh supplier yang menjual jenis benih standar.

Mengacu pada kondisi dimana adanya peluang besar dalam bidang usaha tersebut, sebuah UMKM di Surakarta mengembangkan sebuah produksi beras kemasan khusus untuk beras merek Ikatan Cinta. Berlokasi di Jl. Yudhistira No.11A, perusahaan ini telah berjalan selama hampir dua tahun. Bermula dari seorang reseller beras, sang pemilik kemudian mengajak rekan-rekannya untuk kemudian turut bergabung dalam menjalankan usaha beras bersama. Setelah beberapa bulan berlalu, dan mengikuti beberapa pelatihan usaha, sang pemilik kemudian mendapatkan gagasan untuk membuat merek khusus beras yang masih jarang ditemukan di pasaran ini. Dengan kerjasama tim, pemilik kemudian mengeluarkan merek Ikatan cinta yang terinspirasi dari sebuah judul tayangan televisi yang sedang marak di kalangan masyarakat. Hal ini dilakukan, agar merek dapat lebih mudah dikenal dan diingat oleh para calon pembeli. Selain itu, makna dibalik penamaan merek tersebut juga mengindikasikan, bahwasannya sang pemilik ingin para pelanggan memiliki ikatan cinta dengan produk tersebut.

Namun demikian, setelah dua tahun berjalan, perusahaan tersebut belum mampu untuk bersaing secara signifikan dan bahkan di tahun keduanya usaha tersebut mengalami penurunan trend penjualan yang berimbas pada omset. Dimungkinkan, hal ini disebabkan oleh adanya beberapa kendala terkait sistem pemasaran yang ada dalam usaha tersebut diantaranya: belum adanya SOP dalam penentuan quality control, kondisi keuangan perusahaan yang belum stabil, jumlah pegawai tetap yang sedikit, keterbatasan modal, belum adanya anggaran khusus untuk pemasaran atau promosi dan supplier yang tidak tetap. Tidak hanya itu saja, terjadi stagnan terhadap inovasi produk maupun pemasarannya, yang mengakibatkan sulitnya memasuki pasar online atau *e-commerce*.

Pada tahun 2015, Iman Bima dan Malia Rosida telah meneliti tentang Analisis Strategi Pengembangan Pabrik Beras (PB.) Mulya Kencana Kecamatan Warungkondang Kabupaten Cianjur. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor internal dan eksternal perusahaan dan menemukan alternatif strategi pengembangan untuk PB. Mulya Kencana. Dengan menggunakan Metode SWOT dan QSPM, didapatkan hasil bahwa ada 9 alternatif strategi dan yang menjadi prioritas adalah mengoptimalkan promosi dan membuat kemasan yang lebih menarik. Dengan menggunakan metode yang serupa, peneliti tertarik untuk melakukan studi kasus pengembangan usaha beras Ikatan Cinta. Dengan demikian diperlukan analisa khusus untuk menyusun dan menentukan alternatif strategi terbaik yang diharapkan untuk dapat diterapkan dalam mengembangkan usaha tersebut. Menggunakan metode SWOT dan QSPM, diharapkan terbentuknya alternatif strategi yang menyeluruh dan mencakup berbagai aspek baik kualitatif maupun kuantitatif. Latar belakang tersebutlah yang mendasari penulis untuk melakukan penelitian untuk mengembangkan usaha beras Ikatan Cinta.

METODE

1. Objek dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada usaha Beras Ikatan Cinta yang beralamat di Jl. Yudhistira No.11A, Serengan, Surakarta. Sebagai obyek penelitian adalah proses pemasaran di usaha Beras Ikatan Cinta.

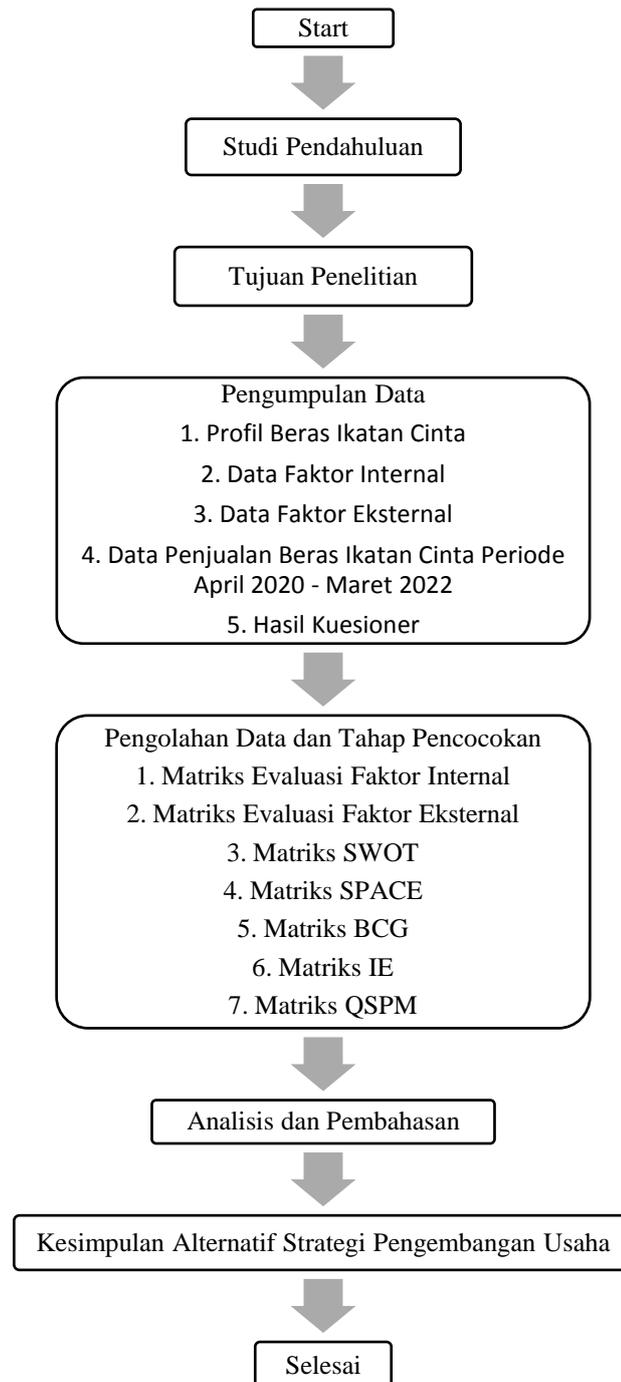
2. Alat Penelitian

Dalam penyusunan penelitian digunakan data primer dan data sekunder yang diolah untuk kemudian dapat dibaca dan dianalisis lebih lanjut, sehingga dapat dirumuskan sebuah strategi pengembangan usaha. Guna mendapatkan data – data tersebut, alat yang digunakan antara lain adalah:

1. Lembar Kuesioner sebagai sumber data primer;
2. Alat tulis guna mengisi kuesioner;
3. *Software Microsoft Excel* untuk pengolahan data;
4. Smartphone untuk foto dokumentasi;
5. Laptop dengan akses internet untuk pencarian data sekunder melalui dokumen atau artikel ilmiah.

3. Tahapan Penelitian

Berdasarkan uraian diatas, kerangka penelitian mengenai penentuan Strategi Pengembangan Usaha Beras Hibrida dengan Metode SWOT dan QSPM (Studi Kasus: Beras Ikatan Cinta) dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden yang digunakan dalam pengambilan data kuesioner pada penelitian ini adalah beberapa pihak yang terlibat secara internal maupun eksternal dari UMKM Ikatan Cinta yang diantaranya adalah: pemilik, karyawan, supplier beras, supplier kemasan dan pelanggan. Berdasarkan identifikasi lingkungan internal UMKM Beras Ikatan Cinta didapatkan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan UMKM.

Setelah dilakukan analisis internal perusahaan, akan ditemukan kekuatan (strength) dan kelemahan (weakness) perusahaan yang kemudian dikonversi menjadi kuesioner. Kuesioner diberikan untuk diisi oleh dua puluh tujuh orang responden untuk pembobotan

dengan menggunakan *paired comparison matrix* sehingga diperoleh bobot dari masing-masing variabel internal. Demikian halnya dengan pemberian peringkat dilakukan oleh dua puluh tujuh orang responden yang sama. Jumlah peringkat tiap variabel dijumlahkan lalu dibagi dengan jumlah responden sehingga diperoleh peringkat rata-rata.

Setelah diperoleh bobot rata-rata dan peringkat rata-rata dari tiap variabel, dapat diketahui nilai tertimbang tiap variabel. Nilai tertimbang ini merupakan hasil perkalian dari bobot rata-rata dan peringkat rata-rata. Kekuatan utama bagi UMKM adalah variabel kekuatan dengan nilai tertimbang terbesar, sedangkan kelemahan utama bagi UMKM adalah variabel kelemahan dengan nilai tertimbang terkecil.

Tabel 1. Matriks IFE UMKM Beras Ikatan Cinta

No.		Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
1.	Kekuatan	Suasana kerja yang baik	0,11	3,43	0,37
2.		Jenis produk tergolong baru dan unggul	0,10	3,34	0,35
3.		Harga terjangkau	0,10	3,26	0,33
4.		Terbuka untuk investor	0,10	3,34	0,35
5.	Kelemahan	Jumlah SDM yang sedikit	0,10	3,09	0,30
6.		<i>Quality Control</i> yang belum terstandar	0,10	3,06	0,29
7.		Supplier yang belum tetap	0,09	2,97	0,27
8.		Belum ada anggaran tetap untuk pemasaran	0,10	3,06	0,29
9.		Kemasan produk yang kurang menarik	0,10	3,09	0,30
10.		Keterbatasan modal	0,11	3,51	0,38
Total			1,00		3,22

Dari faktor internal, kekuatan terbesar UMKM Beras Ikatan Cinta yaitu suasana kerja yang baik dengan skor 0,37 sedangkan kelemahan terbesar yaitu keterbatasan modal dengan skor 0,38.

Matriks EFE digunakan untuk merangkum faktor peluang dan ancaman yang dihadapi oleh UMKM Beras Ikatan Cinta. Analisis faktor EFE dilakukan perhitungan yang sama seperti matriks IFE yaitu perhitungan terhadap bobot dan pemberian rating pada setiap faktor.

Tabel 2. Matriks EFE UMKM Beras Ikatan Cinta

No.		Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
1.	Peluang	Konsumsi beras yang stabil dan cenderung meningkat	0,11	3,43	0,39
2.		Tingkat kemakmuran Indonesia yang meningkat	0,11	3,31	0,36
3.		Loyalitas pelanggan	0,11	3,31	0,36
4.		Persebaran pelanggan yang cukup luas	0,11	3,20	0,34
5.		Hubungan yang baik dengan pemasok	0,11	3,40	0,38
6.		Kemajuan Teknologi dan Informasi yang pesat dalam	0,11	3,23	0,34

		dunia pemasaran			
7.	Ancaman	Terdapat banyak produsen pesaing	0,09	2,69	0,24
8.		Ekonomi tidak stabil menyebabkan harga pokok produksi yang tidak stabil	0,08	2,51	0,21
9.		Kemajuan Teknologi Mesin	0,09	2,66	0,23
10.		Persaingan yang besar dan banyak dalam pasar	0,08	2,54	0,21
Total			1,00		3,07

Dari faktor eksternal, peluang terbesar bagi UMKM Beras Ikatan Cinta dengan skor 0,39 adalah kondisi dimana konsumsi beras yang stabil dan cenderung meningkat, sedangkan ancaman terbesarnya dengan skor 0,24 adalah adanya banyak produsen pesaing.

Analisis SWOT menggunakan data yang telah diperoleh dari matriks IFE dan EFE. Empat strategi utama yang disarankan yaitu strategi S – O (Strength – Opportunities), W – O (Weakness – Opportunities), S – T (Strength – Threats) dan W – T (Weakness – Threats). Dari strategi-strategi tersebut akan diperoleh beberapa alternative strategi yang dapat dilakukan UMKM Beras Ikatan Cinta. Pertimbangan alternatif strategi dirumuskan berdasarkan situasi yang digambarkan oleh matriks IFE dan EFE. Setiap faktor dikaitkan sehingga membentuk alternatif strategi berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman UMKM Beras Ikatan Cinta. Keunggulan dari penggunaan model ini adalah mudah diformulasikan strategi berdasarkan gabungan faktor eksternal dan internal. Selanjutnya, hasil analisis dituangkan dalam Tabel Matriks SWOT UMKM Beras Ikatan Cinta pada Tabel 3.

Tabel 3 . Matriks SWOT UMKM Beras Ikatan Cinta

	Kekuatan/Strengths (S) a. Suasana kerja yang baik b. Jenis produk tergolong baru dan unggul c. Harga terjangkau d. Terbuka untuk investor	Kelemahan/Weaknesses (W) a. Jumlah SDM yang sedikit b. Quality Control yang belum terstandar c. Supplier yang belum tetap d. Belum ada anggaran tetap untuk pemasaran e. Kemasan produk yang kurang menarik f. Keterbatasan modal
Peluang/Opportunities (O) a. Konsumsi beras yang stabil dan cenderung meningkat b. Tingkat kemakmuran Indonesia yang	Strategi S – O a. Meningkatkan produksi b. Meningkatkan stabilitas dan profesionalitas kerja	Strategi W – O a. Membuat Standar Quality Control b. Membuat kemitraan tetap dengan supplier c. Mendesign ulang

meningkat c. Loyalitas pelanggan d. Persebaran pelanggan yang cukup luas e. Hubungan yang baik dengan pemasok f. Kemajuan Teknologi dan Informasi yang pesat dalam dunia pemasaran		kemasan produk agar lebih menarik
Ancaman/Threats (T)	Strategi S – T	Strategi W – T
a. Terdapat banyak produsen pesaing b. Ekonomi tidak stabil menyebabkan harga pokok produksi yang tidak stabil c. Kemajuan Teknologi Mesin d. Persaingan yang besar dan banyak dalam pasar	a. Meningkatkan performa SDM b. Membuat program-program untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan	a. Menetapkan strategi harga pasar dalam menghadapi persaingan b. Memperkuat modal usaha c. Menjaga ciri khas produk

Dapat dilihat pada Tabel 3. telah di dapatkan 10 alternatif strategi melalui analisa SWOT yang dilakukan pada UMKM Beras Ikatan Cinta.

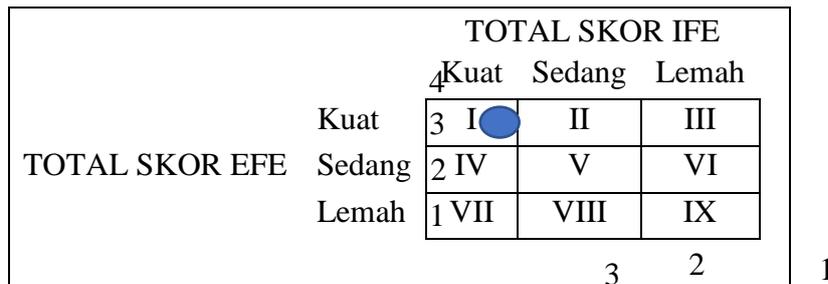
Setelah disusun Analisa Matriks SWOT terhadap UMKM Beras Ikatan Cinta, selanjutnya dilakukan pencocokan penentuan pengambilan keputusan melalui analisa dengan matriks SPACE yang dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Analisis Matriks SPACE UMKM Beras Ikatan Cinta

Posisi Strategis Internal			Posisi Strategis Eksternal		
No.	Financial Strengths (FS)	Rating	No.	Environmental Stabilities (ES)	Rating
1.	Pertumbuhan Pendapatan	2	1.	Persaingan Pasar Komoditi Beras	-3
2.	Profit Margin	3	2.	Perkembangan Teknologi	-4
3.	Total Aset Perusahaan	3	3.	Stabilitas Politik	-3
Rata - rata		2,67	Rata - rata		-3,33
No.	Competitive Advantages (CA)	Rating	No.	Industry Strengths (IS)	Rating
1.	Kerjasama dan control yang baik dengan pemasok	-1	1.	Laba Usaha	3
2.	Kualitas Produk	-5	2.	Perkembangan Permintaan Pasar	3

3.	Kesetiaan Pelanggan	-3	3.	Pangsa Pasar yang Luas	6
Rata - rata		-3	Rata - rata		4

Berdasarkan hasil IFE dan EFE, diperoleh total skor IFE sebesar 3,22 dan total skor EFE sebesar 3,07. Dari hasil tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa perusahaan berada pada kuadran II yang dapat dilihat pada Gambar 2. Artinya UMKM Beras Ikatan Cinta tergolong pada kuadran I dimana UMKM berada dalam zona Growth and Build. Strategi yang cocok untuk zona ini yaitu strategi intensif dan integratif.



Gambar 2. Analisis IE UMKM Beras Ikatan Cinta

Setelah dilakukan analisis SWOT dan pencocokan terhadap matriks SPACE, BCG dan IE dilakukan perhitungan TAS melalui matriks QSPM untuk dapat dilakukan analisis bagi pengambilan keputusan.

Tabel 5. Quantitative Strategic Planning Matrix UMKM Beras Ikatan Cinta

No.	Alternatif Strategi	Bobot	AS	TAS
1.	Meningkatkan produksi	0,12	4,00	0,46
2.	Meningkatkan stabilitas daan profesionalitas kerja	0,08	3,00	0,23
3.	Membuat Standar <i>Quality Control</i>	0,15	4,00	0,62
4.	Membuat kemitraan tetap dengan supplier	0,12	4,00	0,46
5.	Mendesign ulang kemasan produk agar lebih menarik	0,15	4,00	0,62
6.	Meningkatkan performa SDM	0,08	3,00	0,23
7.	Membuat program-program untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan	0,08	4,00	0,31
8.	Menetapkan strategi harga pasar dalam menghadapi persaingan	0,08	3,00	0,23
9.	Memperkuat modal usaha	0,04	3,00	0,12
10.	Menjaga ciri khas produk	0,12	4,00	0,46
Jumlah		1,00	36,00	3,73

Dapat dilihat dari Tabel 6. secara jelas bahwasannya ada 2 hasil TAS dengan skor tertinggi di angka yang sama 0,62 yaitu membuat standar Quality Control dan mendesign ulang kemasan produk agar lebih menarik.

KESIMPULAN

Mengacu pada hasil analisis dan pembahasan, disimpulkan beberapa alternatif strategi pengembangan usaha Beras Ikatan Cinta, yaitu adalah:

1. Strategi-strategi yang dapat dirumuskan berdasarkan analisis SWOT adalah: (a) meningkatkan produksi; (b) stabilitas dan profesionalitas kerja; (c) membuat standar *Quality Control*; (d) kemitraan tetap dengan *supplier*; (e) mendesign ulang kemasan produk agar lebih menarik; (f) meningkatkan performa SDM; (g) membuat program-program untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan; (h) penentuan harga pasar dalam menghadapi persaingan; (i) memperkuat modal usaha; serta (j) menjaga ciri khas produk.

Untuk selanjutnya diperoleh 2 strategi prioritas dengan metode QSPM yaitu standar *Quality Control* dan mendesign ulang kemasan produk agar lebih menarik sehingga dapat diterapkan guna mengembangkan usaha Beras Ikatan Cinta, dengan nilai TAS sama – sama sebesar 0,62 dari total TAS 3,73.

DAFTAR PUSTAKA

- Aderafiansyah. 2012. *Matrik Space*. URL: <http://aderafiansyah.blogspot.com/2012/11/matriks-space.html>. Diakses online tanggal 24 Agustus 2022.
- Akbar, M. J., Qurtubi, Q., & Maghfiroh, M. F. N. 2022. *Perancangan Strategi Pemasaran Menggunakan Metode SWOT dan QSPM untuk Meningkatkan Penjualan Beras*. URL: <https://doi.org/10.30656/intech.v8i1.4595>. Diakses online tanggal 25 Agustus 2022.
- Badowi, Mochamad. 2020. *Matriks Analisis EFE dan IFE*. URL : <https://www.mochamadbadowi.com/news/matrik-ife-efe.html>. Diakses online tanggal 10 Januari 2022.
- Bima, Iman dan Rosida, Malia. 2015. *Analisis Strategi Pengembangan Pabrik Beras (PB.) Mulya Kencana Kecamatan Warungkondang Kabupaten Cianjur*.
- Badan Pusat Statistik. (2018). *Konsumsi Beras Nasional*. URL: <https://www.bps.go.id/> Diakses online tanggal 18 Juli 2022.
- Badan Pusat Statistik. (2019). *Konsumsi Bahan Pokok 2019*. URL: <https://www.bps.go.id/> Diakses online tanggal 18 Juli 2022.
- David, Fred S. 2011. *Strategic Management. 13th Edition*. Penerbit: Prentice Hall. California.
- Handayani, Maria Tri. 2019. *Analisis SWOT: pengertian, contoh, dan cara menggunakannya*. URL: <https://www.ekrut.com/media/analisis-swot-adalah>. Diakses online tanggal 14 Desember 2021.
- Rangkuti, Fredi. 2014. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. URL : <http://lingkarlsm.com/matriks-internal-eksternal-ie-2/>. Diakses online tanggal 5 Desember 2021.
- Salastina, Ana dan Sarma, Ma'mun. 2020. *Strategi Pengembagan Usaha Beras (Studi Kasus PB. Sugih Mukti, Kabupaten Cianjur)*.
- Suardi. 2011. *Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)*. URL : <https://www.neliti.com/publications/132774/quantitative-strategic-planning-matrix-qspm>. Diakses online tanggal 10 Januari 2022.
- Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 8(1), 61-67. URL: <https://doi.org/10.30656/intech.v8i1.4595>
- Juliana, Ade Lanang; dkk. 2021. *Strategi Pengembangan Agribisnis Beras Putih Organik Dengan Pendekatan Analisis SWOT Dan Matrik QSPM (Studi Kasus: PT Bali Sri Organik)*. **Jurnal BETA (Biosistem dan Teknik Pertanian)**, [S.l.], v. 10, n. 1, p. 137-146, july 2021. ISSN 2502-3012. URL: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/beta/article/view/73328>. Diakses online tanggal 26 Agustus 2022.
- Wardoyo, Dr. Paulus. 2011. *Enam Alat Analisis Manajemen*. Penerbit: Semarang University Press.