Didaktik : Jurnal Ilmiah PGSD FKIP Universitas Mandiri,
ISSN Cetak : 2477-5673 ISSN Online : 2614-722X
Volume 12 Nomor 01, Maret 2026

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL MILIK WIRAUSAHAWAN WANITA DI NAGARI MATUR HILIA KECAMATAN MATUR

Jasmin Juwandari Putri[1], Jon Kenedi [2]
[1,2] Universitas Islam Negeri Syech M. Djamil Djambek Bukittinggi
Alamat e-mail: yasminjuwandari@gmail.com[1], jonkenedi@uinbukittinggi.ac.id[2]

Abstract

Micro and small business managed by women entrepreneurs in Nagari Matur Hilia continue to face various internal and external constraints, including limited capital, weak financial management, low levels of product innovation, and rudimentary marketing practices, despite possessing local economic potential and relatively stable market opportunities. This study's objective is to design development plans to micro also small businesses in Nagari Matur Hilia, Matur District, that are run by female entrepreneurs. The study uses a descriptive methodology that combines quantitative and qualitative techniques with SWOT analysis. The IFAS and EFAS matrices were used to examine information, which were acquired via interviews and observations with sixteen female entrepreneurs from eight jorong and local government representatives. According to the findings, micro and small businesses are situated in the Strength–Opportunity (S–O) strategy quadrant, which reflects both significant external opportunities and comparatively strong internal capabilities. The recommended development strategies include leveraging long-standing business experience to meet relatively stable local market demand, optimizing business locations near residential areas to increase sales to nearby consumers, and enhancing product marketing through social media by utilizing the flexible working hours of women entrepreneurs. These findings underscore the importance of sustained policy support and continuous business mentoring to enhance the competitiveness of women entrepreneurs.

Keywords: *Development Strategy, Micro and Small Enterprises, Women Entrepreneurs*

Abstrak

Usaha mikro kecil yang dikelola oleh wirausahawan wanita di Nagari Matur Hilia masih menghadapi berbagai kendala internal dan eksternal, seperti keterbatasan modal, lemahnya pengelolaan keuangan, rendahnya inovasi produk, dan pemasaran yang sederhana, meskipun memiliki potensi ekonomi lokal dan peluang pasar yang relatif stabil. Tujuan penelitian ini adalah merancang rencana pengembangan untuk usaha mikro dan kecil di Nagari Matur Hilia, Kabupaten Matur, yang dikelola oleh pengusaha perempuan. Penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif yang menggabungkan teknik kuantitatif dan kualitatif dengan analisis SWOT. Matriks IFAS dan EFAS digunakan untuk menganalisis informasi yang dikumpulkan melalui wawancara dan pengamatan dengan enam belas pengusaha perempuan dari delapan jorong dan perwakilan pemerintah setempat.

Berdasarkan temuan, usaha mikro dan kecil berada di kuadran Strategi Kekuatan–Peluang (S–O), yang mencerminkan peluang eksternal yang signifikan dan kemampuan internal yang relatif kuat. Strategi pengembangan yang direkomendasikan meliputi pemanfaatan pengalaman usaha yang telah lama dijalankan untuk memenuhi permintaan pasar lokal yang relatif stabil, pengoptimalan lokasi usaha yang dekat dengan pemukiman guna meningkatkan penjualan kepada konsumen sekitar, serta pengembangan pemasaran produk melalui media sosial dengan memanfaatkan fleksibilitas waktu kerja wirausahawan wanita. Temuan ini berimplikasi pada pentingnya dukungan kebijakan dan pendampingan usaha yang berkelanjutan untuk meningkatkan daya saing wirausahawan wanita.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, Usaha Mikro Kecil, Wirausahawan Wanita.

A. Pendahuluan

Dengan total 64 juta UMKM yang terdaftar pada tahun 2025, UMKM menyerap sekitar 97% tenaga kerja di negara ini dan berkontribusi lebih dari 60% terhadap PDB, menjadikannya sangat penting secara strategis untuk perekonomian Indonesia.(Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2025). Dan 64% dari semua pengusaha UMKM adalah perempuan, perempuan mendominasi industri ini dan masih memiliki banyak potensi untuk menaikkan ketahanan perekonomian keluarga juga komunitas. (Utami et al., 2025). Namun, di balik peran strategis tersebut, wirausahawan perempuan masih menghadapi berbagai tantangan struktural dan kultural, terutama dalam hal akses modal, perizinan usaha, inovasi produk, dan literasi keuangan yang menghambat perkembangan usaha mereka.

Berdasarkan wawancara awal yang dilakukan di Nagari Matur Hilia, Kecamatan Matur, terdapat sekitar 25-50 wirausahawan perempuan dengan usaha kuliner, perdagangan, jasa, dan pertanian yang memiliki pendapatan berkisar Rp500.000–Rp3.000.000 per bulan. Kondisi empiris dari hasil wawancara dengan beberapa pelaku usaha menunjukkan berbagai permasalahan yang dihadapi, seperti keterbatasan modal yang membuat pelaku usaha bergantung pada tabungan pribadi tanpa akses ke lembaga keuangan syariah, kendala perizinan lokasi yang menyebabkan usaha tidak memiliki legalitas formal, minimnya inovasi produk dan strategi pemasaran yang berdampak pada penurunan minat konsumen, serta lemahnya pengelolaan keuangan karena tidak adanya sistem pencatatan yang sistematis. Permasalahan ini mencerminkan bahwa meskipun usaha perempuan telah menjadi sumber penghidupan penting, namun masih berada dalam skala mikro dengan daya saing yang terbatas.

Dalam perspektif ekonomi Islam, aktivitas wirausaha merupakan

bagian dari ibadah yang menuntut inovasi, kerja keras, dan manajemen yang baik Menurut Surah Al-Jumu'ah ayat 10 dari firman Allah. tentang perintah mencari karunia Allah setelah menunaikan ibadah (Kamaluddin, 2019). Selanjutnya, Surah Ar-Ra'd ayat 11 menegaskan bahwa perubahan ekonomi tidak terjadi tanpa upaya nyata dari individu untuk mengubah keadaan diri mereka sendiri (Witro et al., 2020). Nilai-nilai syariah seperti shidq (kejujuran), amanah, 'adl (keadilan), tanggung jawab, dan maslahah harus menjadi landasan dalam pengemban gan usaha mikro perempuan agar tidak hanya berorientasi pada profit tetapi juga keberkahan. Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) menjadi instrumen penting untuk memetakan kondisi aktual usaha mikro perempuan, mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi perkembangan bisnis, dan menyusun rencana pengembangan yang komprehensif (Aulina & Kenedi, 2025).

Tinjauan terhadap penelitian terdahulu menunjukkan masih terdapat kesenjangan penelitian (research gap) dalam kajian pengembangan usaha mikro perempuan berbasis nilai-nilai syariah di wilayah pedesaan. Penelitian sebelumnya oleh (Suhartini, 2024), (Kurnia & Kurnia, 2023) dan (Mashuri & Nurjannah, 2020) lebih berfokus pada konteks perkotaan, lembaga keuangan mikro formal, atau unit usaha tunggal. Masih sangat sedikit analisis SWOT yang tersedia untuk wirausaha perempuan di daerah pedesaan. Maka, tujuan penelitian ini ialah untuk merumuskan strategi pengembangan usaha mikro kecil milik wirausahawan wanita pada Nagari Matur Hilia, Kecamatan Matur melalui pendekatan analisis SWOT berbasis nilai-nilai syariah dengan metode deskriptif kualitatif dan kuantitatif.

Diharapkan penelitian ini tidak hanya secara praktis membantu para pengusaha mikro perempuan di daerah pedesaan, tetapi juga secara intelektual mengembangkan kewiraus ahaan berbasis syariah. Dengan strategi yang tepat dan berlandaskan nilai-nilai Islam, wirausahawan perempuan di Nagari Matur Hilia diharapkan mampu mengembangkan usahanya secara produktif, kompetitif, dan penuh keberkahan, sekaligus berkontribusi terhadap pemberdayaan ekonomi perempuan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal.

B. Kajian Pustaka

1. Kewirausahaan

a. Pengertian Kewirausahaan

Kewirausahaan merupakan konsep multidimensional yang didefinisikan oleh berbagai ahli dengan penekanan yang berbeda (Akhirman, 2017). Ahmad Sanusi mendefinisikan kewirausahaan sebagai nilai perilaku yang menjadi landasan bagi sumber daya, faktor motivasi, tujuan, strategi, taktik, prosedur, dan hasil bisnis. Sementara M. Musrofi memandan g kewirausahaan sebagai cara untuk memanfaatkan bakat khusus

seseorang dengan menciptakan, memiliki, dan mengelola perusahaan yang memberikan manfaat bagi individu dan masyarakat, Peter F. Drucker mendefinisikan kewirausahaan sebagai kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan unik.

Dari berbagai pengertian di atas, kewirausahaan dapat dipaha mi sebagai suatu kemampuan, sikap, dan nilai yang dimiliki individu untuk menghasilkan sesuatu yang segar dan unik dengan pengelolaan sumber daya secara kreatif dan imajinatif, Tidak hanya memprioritaskan kepentinga n pribadi, tetapi juga memberikan manfaat bagi masyarakat yang lebih luas.

b. Faktor-Faktor Yang Mendorong Orang Berwirausaha

Terdapat berbagai faktor yang mendorong individu untuk terjun ke dunia kewirausahaan (Hariyono & Andrini, 2019). Secara umum, motivasi berwirausaha muncul karena tersedianya kesempatan untuk mencapai tujuan secara mandiri, peluang menunjukkan kemampuan dan potensi maksimal ,kesempatan mendapatkan manfa at dan keuntungan optimal, peluang memberikan kontribusi nyata kepada masyarakat, keinginan menjadi pemimpin dalam usaha sendiri, pemenuhan minat dan keinginan pribadi, kesempatan menjadi pemilik usaha atau pengambil keputusan utama, serta kebebasan dalam mengelola dan mengatur manajemen usaha.

c. Ciri-Ciri Wirasahawan Sukses

Wirausahawan yang sukses memiliki ciri-ciri khas seperti komitmen tinggi terhadap pekerjaan, bertanggung jawab atas setiap tindakan, memiliki internal *locus of control*, obsesi untuk berprestasi, toleransi terhadap risiko dan ketidakpastian, keyakinan diri, kreativitas, kemampuan beradaptasi, antusias menerima umpan balik segera, bermotivasi tinggi untuk sukses, visioner, dan mampu belajar dari kesalahan, serta memiliki kemampuan memimpin (Elliyana & Sulistiyon, 2020).

d. Manfaat Kewirausahaan

Kewirausahaan memberikan berbagai manfaat, antara lain meningkatkan penyerapan pekerja hingga bisa menurunkan jumlah pengangguran, berperan selaku pendorong pengembangan di wilayah sekitar, menjadi teladan bagi masyarakat sebagai individu yang unggul dan memberikan manfaat, menghormati hukum dan peraturan yang berlaku, memberikan bantuan kepada orang lain, mendidik karyawan menjadi pribadi yang mandiri dan disiplin, memberikan contoh pentingnya kerja keras tanpa mengabaikan nilai-nilai agama, menjalani hidup dengan efisien, serta menjaga keharmonisan lingkungan (Hariyono & Andrini, 2019).

2. Wirausahawan Wanita

a. Pengertian Wirausahawan Wanita

Wanita yang mendirikan, mengelola, dan menjalankan bisnis dikenal sebagai wirausaha wanita. (Tuzzahrok & Murniningsih, 2021). Mereka merupakan sosok yang mengambil peran penuh tantangan untuk memenuhi kebutuhan pribadi sekaligus mencapai kemandirian finansial (Setiawan & Soelaiman, 2022). Wirausahawan wanita juga didefinisikan sebagai wanita yang menggunakan kemampuan dan kekuatan pribadi mereka untuk meraih posisi dalam persaingan bisnis (Widyantari, 2023).

Dengan demikian, wirausahawan wanita adalah perempuan yang berani mengambil peran dalam memulai, mengelola, dan mengembangkan usaha dengan memanfaatkan kemampuan serta kekuatan yang dimiliki, baik untuk mencapai kemandirian finansial maupun memberikan kontribusi terhadap pembangunan ekonomi, tidak hanya berorientasi pada keuntungan tetapi juga menunjukkan keberanian, kreativitas, dan ketangguhan dalam menghadapi persaingan bisnis.

b. Ciri-Ciri Wirausahawan Wanita Sukses

Ciri-ciri wirausahawan wanita sukses meliputi efikasi diri yaitu keyakinan terhadap kemampuannya dalam menyelesaikan tugas yang memengaruhi pikiran, perasaan, dan perilaku dalam menjalankan usaha; *locus of control* sebagai persepsi individu mengenai kontrol yang dimilikinya atas hasil tindakan; inovasi sebagai proses berjenjang yang mengubah konsep menjadi produk atau layanan yang segar dan ditingkatkan; kecenderungan mengambil risiko yaitu keberanian mengejar peluang demi hasil yang diinginkan; kebutuhan untuk berprestasi sebagai dorongan mencapai tujuan melalui umpan balik yang dapat diandalkan; serta keterampilan yang diperoleh melalui pelatihan dan pengalaman termasuk komunikasi, teknologi, kepemimpinan, dan pemasaran (Setiawan & Soelaiman, 2022).

c. Faktor-Faktor Pendorong Wanita Berwirausaha

Variabel-variabel berikut ini mempengaruhi keputusan wirausaha perempuan untuk memulai usaha: faktor kemandirian yaitu kemampuan bergantung pada diri sendiri untuk menciptakan lapangan kerja baru; faktor modal berupa kekayaan yang dimiliki sebagai modal awal; faktor emosional terkait kemampuan mengendalikan emosi yang memengaruhi pengambilan keputusan; serta faktor pendidikan sebagai tempat memperoleh pengetahuan untuk mengembangkan bakat dan mengubah risiko menjadi peluang usaha (Utomo et al., 2021). Terdapat tiga alasan utama mengapa wanita memilih berwirausaha (Primadhita et al., 2018): pertama, karena adanya peluang seperti meneruskan hobi atau memanfaatkan waktu luang; kedua, sebagai respons terhadap situasi yang memaksa seperti

kebutuhan finansial atau keinginan menghadapi tantangan; ketiga, secara sadar dan sukarela memilih wirausaha sebagai profesi untuk meraih kepuasan pribadi, kemandirian, serta menjadi teladan bagi anak-anak.

3. Usaha Mikro Kecil

a. Pengertian Usaha Mikro Kecil

Berdasarkan UU No 20 Tahun 2008, usaha kecil ialah kegiatan ekonomi menghasilkan yang didirikan dan dikelola dengan sendiri oleh pribadi maupun korporasi yang bukan merupakan bagian dari badan usaha lain dan mencukupi persyaratan usaha kecil sesuai ditetapkan di UU, sedangkan usaha mikro ialah bisnis yang dikelola oleh individu atau bisnis perorangan yang mencukupi persyaratan usaha mikro sesuai ditetapkan di UU. (Anwar et al., 2023). Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah mengartikan usaha kecil juga usaha mikro, sebagai perusahaan dengan omzet tahunan maksimum Rp 1.000.000.000 dan nilai kekayaan bersih maksimum Rp 200.000.000, tidak termasuk nilai tanah dan bangunan usaha. (Dewi, 2021). Usaha mikro didefinisikan oleh Badan Pusat Statistik sebagai usaha yang memiliki satu hingga empat karyawan, sedangkan usaha kecil didefinisikan sebagai usaha yang memiliki lima hingga sembilan belas karyawan. (Sabilalo et al., 2023).

b. Ciri-Ciri Usaha Mikro Kecil

Usaha mikro kecil memiliki ciri-ciri khusus di negara berkembang, antara lain jumlahnya sangat banyak dan tersebar luas hingga ke daerah pedesaan, bersifat padat karya dengan potensi penyerapan tenaga kerja yang besar, basis produksinya berasal dari sektor pertanian, menggunakan teknologi yang sesuai dengan kondisi lokal, memiliki kemampuan tumbuh dan bertahan bahkan saat krisis ekonomi, mampu menabung dan berinvestasi di pedesaan, berperan dalam alokasi tabungan pedesaan, pasar utamanya adalah barang konsumsi sederhana dengan harga terjangkau, kemampuan untuk memanfaatkan teknologi dan investasi guna meningkatkan produktivitas, serta memiliki level adaptabilitas yang baik (Maryasih, 2021).

c. Kelemahan Usaha Mikro Kecil

Usaha kecil menengah juga memiliki beberapa kelemahan (Hasanah et al., 2019). Pertama, keterbatasan waktu untuk memenuhi kebutuhan karena jumlah pengambil keputusan yang sedikit sehingga pelaku usaha harus bekerja keras memenuhi kebutuhan produksi, penjualan, dan pemasaran. Kedua, pengelolaan anggaran dan pembiayaan yang ketat karena dana terbatas sehingga harus membagi anggaran secara efisien, dengan kapasitas sangat terbatas untuk membayar hutang. Ketiga, keterbatasan tenaga ahli yang

mengakibatkan kualitas produk atau jasa cenderung di bawah standar sehingga kemampuan bersaing di pasar lebih luas menjadi terbatas.

C. Metode

Menggunakan analisis SWOT, penelitian ini menggabungkan metodologi deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Guna menunjukkan gambaran yang komprehensif serta menyeluruh terkait kehidupan masyarakat juga banyak fenomena sosial sebagai objek yang diteliti, teknik deskriptif kualitatif dipilih. Hal begini memungkinkan penjelasan yang rinci mengenai fitur, karakteristik, sifat, dan pola fenomena yang menjadi objek penelitian. (Sari et al., 2024). Pendekatan ini digunakan untuk menggambarkan secara mendalam fenomena sosial, ekonomi, serta strategi pengembangan usaha mikro kecil yang dikelola oleh wirausahawan wanita di Nagari Matur Hilia, Kecamatan Matur. Sementara itu, pendekatan kuantitatif deskriptif digunakan untuk menginterpretasikan kondisi yang sedang berlangsung dengan tujuan menggambarkan situasi atau fenomena pada saat penelitian dilakukan (Wada et al., 2024). Melalui analisis SWOT guna mengukur unsur-unsur kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, metode ini menghasilkan rekomendasi strategis yang sistematis dan dapat diukur. Untuk menciptakan strategi pertumbuhan bisnis yang lebih komprehensif dan bermanfaat, penelitian dapat menghasilkan data yang kaya secara kualitatif dan dapat diukur secara kuantitatif dengan menggabungkan kedua metode ini.

Penelitian ini dilakukan di Nagari Matur Hilia, Kecamatan Matur. Lokasi dipilih secara *purposif* karena memiliki jumlah Usaha Mikro Kecil (UMK) yang sebagian besar dikelola oleh wirausahawan wanita. Secara geografis, Nagari Matur Hilia berada di pusat Kecamatan Matur dan memiliki pasar tradisional yang berfungsi sebagai pusat kegiatan ekonomi bagi masyarakat, menjadikan nagari ini relevan sebagai objek penelitian yang menyoroti peran perempuan dalam sektor usaha mikro berbasis nilai-nilai syariah. Lokasi ini juga dipilih karena ditemukan berbagai permasalahan yang relevan dengan fokus penelitian, seperti kurangnya modal usaha, belum optimalnya perizinan lokasi, minimnya inovasi produk, pengelolaan keuangan yang belum tertata, serta rendahnya volume pembeli, yang menunjukkan perlunya strategi pengembangan usaha yang efektif dan berbasis nilai-nilai syariah. Penelitian dilaksanakan mulai 29 September 2025 hingga penelitian dinyatakan selesai dan disetujui dalam sidang munaqasah.

Studi ini memakai 2 macam data yakni data kualitatif serta kuantitatif. Data kualitatif ditunjukkan dengan wujud kata-kata dan penjelasan rinci, serta dapat berupa narasi atau cerita singkat (Bungin, 2015). Yang dalam penelitian ini berupa deskripsi mendalam tentang kondisi usaha, kendala yang dihadapi, dan

pengalaman wirausahawan wanita. Data kuantitatif disajikan dalam wujud angka atau bilangan, termasuk data kualitatif yang diubah ke bentuk numerik melalui pemberian skor (Syazili & Gofar, 2025). Penilaian dan peringkat berat pada matriks IFE dan EFE mewakili temuan studi ini.

D. Hasil Dan Pembahasan Penelitian

1. Profil Usaha Mikro Kecil Milik Wirausahawan Wanita di Nagari Matur Hilia

Usaha Mikro Kecil (UMK) yang dikelola oleh wirausahawan wanita di Nagari Matur Hilia memiliki peran penting dalam menopang perekonomian rumah tangga dan perekonomian nagari. Berdasarkan wawancara dengan pihak nagari dan 16 informan dari delapan jorong, wirausahawan wanita merupakan kelompok pelaku ekonomi yang aktif dan terus berkembang. Jumlahnya diperkirakan sekitar 50 orang dan menunjukkan kecenderungan meningkat seiring kebutuhan ekonomi keluarga serta pemanfaatan peluang usaha lokal.

Sebagian besar wirausahawan wanita menjalankan usaha dalam skala mikro dan kecil. Keterlibatan perempuan dalam aktivitas wirausaha bukan saya untuk asal pendapatan tambahan keluarga, namun selaku bentuk partisipasi dalam pembangunan ekonomi nagari. Meskipun skalanya masih terbatas, peran wirausahawan wanita cukup strategis dalam mendukung perekonomian lokal.

Jenis usaha yang dijalankan cukup beragam, namun didominasi oleh usaha berbasis rumah tangga seperti kuliner rumahan, perdagangan harian, warung kelontong, jasa laundry dan menjahit, serta pengolahan hasil pertanian seperti kolang-kaling. Pilihan jenis usaha umumnya disesuaikan dengan keterampilan pelaku dan kebutuhan pasar lokal, sehingga sebagian besar usaha masih berorientasi pada pemenuhan pasar sekitar. Sebagian besar wirausahawan wanita telah menjalankan usahanya lebih dari dua tahun, bahkan ada yang mencapai lebih dari sepuluh tahun. Pendirian usaha umumnya dilatarbelakangi oleh tuntutan ekonomi keluarga, pemanfaatan keterampilan, hobi, serta keberlanjutan usaha keluarga. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut tertanam dalam kondisi sosial keluarga selain nilai ekonominya.

Proses produksi UMK masih dilakukan secara sederhana dengan peralatan tradisional dan skala produksi terbatas. Pengelolaan usaha umumnya belum menerapkan manajemen formal, terutama dalam pencatatan keuangan yang masih bercampur dengan keuangan rumah tangga. Kondisi ini berpotensi menghambat pengembangan usaha dalam jangka panjang. Sebagian besar UMK dikelola langsung oleh pemilik usaha dengan melibatkan tenaga kerja keluarga. Pola usaha keluarga ini membantu menekan biaya produksi, namun membatasi kapasitas dan pengembangan usaha. Hanya sebagian kecil pelaku usaha

yang mampu mengembangkan usaha ke skala lebih besar, terutama pada usaha pengolahan kolang-kaling yang memiliki jaringan pemasaran ke luar nagari.

Wirausaha perempuan sering menghasilkan sekitar Rp500.000 - Rp2.000.000 per bulan untuk dipakai untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga serta operasional usaha. Perbedaan pendapatan dipengaruhi oleh jenis usaha, lokasi, dan intensitas penjualan, di mana usaha dengan akses pasar lebih luas cenderung memiliki pendapatan lebih stabil. Keberadaan UMK milik wirausahawan wanita memberikan kontribusi positif terhadap perputaran ekonomi Nagari Matur Hilia. Meskipun sebagian besar usaha masih bersifat stagnan, perannya cukup signifikan dalam menjaga ketahanan ekonomi rumah tangga dan mendorong perekonomian nagari agar lebih inklusif, sehingga tetap memerlukan dukungan dan pembinaan berkelanjutan.

2. Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil

Analisis SWOT Usaha Mikro Kecil Wirausahawan Wanita

Untuk merumuskan strategi pengembangan bagi usaha mikro dan kecil yang dimiliki oleh wirausaha perempuan di Nagari Matur Hilia, analisis SWOT merupakan strategi sistematis untuk mengidentifikasi berbagai elemen. Analisis ini berlandaskan pemikiran yang mampu meminimalkan risiko dan kekurangan sambil memaksimalkan kesempatan juga kekuatan.

Tabel 1
Analisis SWOT

Kekuatan	**Kelemahan**
1. Usaha telah dijalankan dalam jangka waktu relatif lama sehingga memiliki pengalaman dan keterampilan 2. Lokasi usaha umumnya berada di rumah atau dekat pemukiman sehingga mudah dijangkau konsumen 3. Produk dan jasa sesuai kebutuhan masyarakat sekitar 4. Fleksibilitas waktu kerja bagi pelaku usaha wanita	1. Tidak adanya pencatatan keuangan usaha secara sistematis 2. Modal usaha terbatas 3. Pengelolaan usaha masih tradisional dan minim pemanfaatan teknologi 4. Belum memiliki legalitas usaha formal (NIB/sertifikasi)
Peluang	**Ancaman**
1. Permintaan pasar lokal yang relatif stabil 2. Dukungan keluarga dan lingkungan sekitar	1. Fluktuasi harga bahan baku 2. Ketergantungan pada kondisi musim dan cuaca 3. Persaingan usaha sejenis di

3. Peluang pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran 4. Peluang memperluas pasar ke luar nagari melalui jaringan toke atau pelanggan dari daerah lain.	sekitar nagari 4. Penurunan daya beli masyarakat pada kondisi tertentu

Sumber: Pengolahan hasil wawancara

Analisis Faktor Internal Usaha Mikro Kecil

Berdasarkan area kekuatan dan kelemahan yang telah disebutkan di atas, lingkungan internal dianalisis sebagai berikut:

Kekuatan (*Strength*)

a. Usaha telah dijalankan dalam jangka waktu relatif lama sehingga memiliki pengalaman dan keterampilan

   Sebagian besar pelaku usaha telah menjalankan usahanya dalam jangka waktu yang relatif lama, bahkan beberapa di antaranya telah beroperasi lebih dari sepuluh hingga dua puluh tahun. Pengalaman ini membentuk keterampilan pelaku usaha dalam mengelola kegiatan produksi, melayani konsumen, serta menyesuaikan produk dengan kebutuhan pasar. Pengalaman usaha memberikan pemahaman yang lebih baik terhadap karakteristik konsumen lokal, sehingga pelaku usaha mampu mempertahankan usahanya meskipun dihadapkan pada berbagai keterbatasan. Keterampil an yang terakumulasi selama bertahun-tahun menjadi modal penting dalam menjaga kualitas produk dan pelayanan.

b. Lokasi usaha umumnya berada di rumah atau dekat pemukiman sehingga mudah dijangkau konsumen

   Lokasi strategis memberikan keuntungan kompetitif seperti kemudahan akses bagi pelanggan dan visibilitas tinggi. Usaha mikro kecil umumnya dijalankan di rumah sendiri atau di sekitar lingkungan tempat tinggal. Kondisi ini menjadikan lokasi usaha mudah diakses oleh konsumen, khususnya masyarakat sekitar nagari. Selain memudahkan konsumen, lokasi usaha yang menyatu dengan tempat tinggal juga memberikan efisiensi biaya operasional, karena menyewa ruang usaha tidak memerlukan pemilik usaha untuk membayar biaya tambahan. Beberapa usaha yang berada di jalur perlintasan memiliki keunggulan tambahan dalam menarik konsumen yang melintas.

c. Produk dan jasa sesuai kebutuhan masyarakat sekitar

   Produk dan jasa yang ditawarkan oleh wirausahawan wanita sebagian besar merupakan kebutuhan sehari-hari masyarakat, seperti usaha kuliner rumahan, warung kecil, dan jasa lainnya. Kesesuaian antara produk yang dihasilkan dengan kebutuhan konsumen lokal menyebabkan permintaan relatif stabil. Kondisi ini menjadi kekuatan penting dalam

menjaga keberlangsungan usaha, terutama di tengah keterbatasan skala usaha. Keragaman produk yang ditawarkan juga memberikan keunggulan dalam memenuhi berbagai kebutuhan pelanggan dan meningkatkan daya tarik bagi segmen pasar yang berbeda.

d. Fleksibilitas waktu kerja bagi pelaku usaha wanita

Fleksibilitas waktu kerja menjadi kekuatan khas dari usaha mikro kecil yang dijalankan oleh wirausahawan wanita. Usaha dapat dijalankan dengan menyesuaikan waktu luang di sela-sela aktivitas rumah tangga. Fleksibilitas ini memungkinkan pelaku usaha untuk menjalankan peran domestik sekaligus memperoleh pendapatan tambahan bagi keluarga, sehingga usaha dapat dijalankan secara berkelanjutan tanpa mengorbankan tanggung jawab keluarga.

Kelemahan (*Weakness*)

a. Tidak adanya pencatatan keuangan usaha secara sistematis

Pengelolaan keuangan usaha masih dilakukan secara sederhana dan belum terpisah dari keuangan rumah tangga. Masalah dalam manajemen keuangan dapat mengakibatkan efisiensi operasion al yang rendah dan pengambilan keputusan yang tidak efektif. Kondisi ini menyebabkan pelaku usaha kesulitan dalam mengetahui kondisi keuangan usaha secara pasti, termasuk besarnya keuntungan yang diperoleh. Ketiadaan pencatatan keuangan yang sistematis juga menyulitkan pelaku usaha dalam merencanakan pengembangan usaha di masa mendatang dan mengakses pembiayaan dari lembaga keuangan formal.

b. Modal usaha terbatas

Modal usaha yang dimiliki relatif terbatas dan umumnya berasal dari dana pribadi atau hasil perputaran usaha. Fasilitas yang terbatas dapat membatasi kapasitas produksi, penyimpanan, dan distribusi. Keterbatasan modal ini membatasi kemampuan pelaku usaha untuk meningkatkan kapasitas produksi, menambah variasi produk, maupun memperbaiki sarana dan prasarana usaha. Akibatnya, perkembangan usaha berjalan secara perlahan dan masih berada pada skala mikro, bahkan cenderung stagnan.

c. Pengelolaan usaha masih tradisional dan minim pemanfaatan teknologi

Pengelolaan usaha masih dilakukan secara sederhana dan tradisional, baik dalam hal produksi, pemasaran, maupun manajemen usaha. Kurangnya inovasi dapat membuat usaha tertinggal dibandingkan pesaing yang lebih maju dan menghambat kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan tren pasar. Pemanfaatan teknologi, khususnya teknologi digital dan media sosial, masih belum optimal. Akibatnya, perusahaan tidak dapat mengakses pasar yang lebih besar

dan harus terus bergantung pada pelanggan lokal.

d. Belum memiliki legalitas usaha formal (NIB/sertifikasi)

Sebagian besar usaha mikro dan kecil tidak memiliki legitimasi bisnis resmi, seperti sertifikasi produk atau Nomor Identifikasi Usaha (NIB). Persepsi kualitas yang rendah akibat ketiadaan legalitas dapat mempengaruhi reputasi dan menurunkan daya tarik produk di pasar. Kondisi ini membatasi akses pelaku usaha terhadap program bantuan pemeri ntah, pelatihan kewirausahaan, serta pembiayaan dari lembaga keuangan formal.

Proses penilaian faktor internal melibatkan pembuatan matriks IFE menggunakan kekuatan dan kelemahan strategis yang telah diidentifikasi. Setiap elemen memiliki bobot 0,05 untuk sangat rendah, 0,10 untuk rendah, 0,15 untuk sedang, dan 0,20 untuk tinggi, tergantung pada seberapa pentingnya elemen tersebut. Total bobot pada faktor internal berjumlah 1,0 atau setara dengan 100 persen. Setelah bobot ditentukan, setiap variabel lalu dikasih nilai di rating 1 hingga 4, di mana 4 memperlihatkan faktor yang sangat penting, 3 menunjukkan faktor yang penting, 2 menunjukkan faktor yang cukup penting, dan 1 menunjukkan faktor yang tidak penting.

Tabel 2
Hasil Analisis IFE

No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Nilai
Kekuatan				
1	Usaha telah dijalankan dalam jangka waktu relatif lama sehingga memiliki pengalaman dan keterampilan	0,15	4	0,60
2	Lokasi usaha umumnya berada di rumah atau dekat pemukiman sehingga mudah dijangkau konsumen	0,10	3	0,30
3	Produk dan jasa sesuai kebutuhan masyarakat sekitar	0,10	3	0,30
4	Fleksibilitas waktu kerja bagi pelaku usaha wanita	0,05	3	0,15
	Jumlah	0,40		1,35
Kelemahan				
1	Tidak adanya pencatatan keuangan usaha secara sistematis	0,20	1	0,20
2	Modal usaha terbatas	0,15	2	0,30
3	Pengelolaan usaha masih tradisional dan minim pemanfaatan teknologi	0,15	2	0,30
4	Belum memiliki legalitas usaha formal	0,10	2	0,20

	(NIB/sertifikasi)			
	Jumlah	0,60		1,00
	Total	1,00		2,35

Sumber: Pengolahan hasil wawancara

Skor keseluruhan ditampilkan dalam hasil analisis IFE sebesar 2,35, yang berarti usaha mikro kecil milik wirausahawan wanita di Nagari Matur Hilia berada pada kondisi internal sedang, di mana kekuatan yang dimiliki lebih dominan dibandingkan kelemahan dalam menjalankan dan mengembangkan usaha.

Analisis Faktor Eksternal Usaha Mikro Kecil

Peluang (*Opportunity*)

a. Permintaan pasar lokal yang relatif stabil

Kebutuhan masyarakat terhadap produk kebutuhan sehari-hari dan usaha kuliner relatif stabil. Kondisi ini memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk mempertahankan keberlangsungan usaha dan memperoleh pendapatan secara berkelanjutan. Permintaan yang stabil memungkinkan pelaku usaha untuk merencanakan produksi dan mengatur perputaran modal dengan lebih baik.

b. Dukungan keluarga dan lingkungan sekitar

Selain memperkuat hubungan dengan masyarakat, dukungan dari keluarga dan masyarakat setempat dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Keterlibatan langsung atau tidak langsung anggota keluarga dalam mendukung operasional bisnis merupakan contoh nyata dari bantuan ini, serta loyalitas konsumen dari lingkungan sekitar. Kondisi sosial yang mendukung ini membantu pelaku usaha dalam mempertahankan pelanggan dan menjalankan usaha dengan rasa aman serta kepercayaan diri yang lebih tinggi.

c. Peluang pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran

Kemajuan teknologi informasi telah memudahkan perusahaan untuk mempromosikan produk mereka di media sosial. Dengan pemasaran digital, perusahaan dapat perluas jangkauan khalayak melalui uang yang bisa dijangkau. Ini mencakup penggunaan media sosial, iklan online, dan strategi promosi digital untuk meningkatkan visibilitas dan keterlibatan pelanggan. Perusahaan bisa menggapai khalayak yang jauh melalui menggunakan media sosial tanpa harus mengeluarkan banyak uang.

d. Peluang memperluas pasar ke luar nagari melalui jaringan toke atau pelanggan dari daerah lain

Perusahaan dapat memperluas pasar mereka di luar Nagari Matur Hilia berkat adanya jaringan pedagang dan pelanggan dari daerah lain. Kerja sama dengan distributor lokal atau toke dapat

meningkatkan kualitas produk, mengurangi biaya logistik, dan memperkuat akses ke pasar baru. Peluang ini berpotensi meningkatkan volume penjualan dan mendorong pengembangan skala usaha apabila dikelola dengan baik.

Ancaman (*Threat*)

a. Fluktuasi harga bahan baku

Terutama bagi perusahaan dengan modal terbatas, fluktuasi biaya barang mentah yang kurang stabil bisa menaikkan pengeluaran pabrikasi dan menurunkan laba perusahaan. Peningkatan biaya barang mentah yang tiba-tiba berpotensi menurunkan margin laba atau memaksa perusahaan menaikkan harga jual, yang dapat mengurangi daya beli konsumen.

b. Ketergantungan pada kondisi musim dan cuaca

Beberapa jenis usaha mikro kecil, khususnya usaha pengolahan hasil alam dan produk pangan, sangat dipengaruhi oleh kondisi musim dan cuaca. Ketergantungan musiman pada produk atau layanan dapat menyebabkan fluktuasi pendapata n dan ketidakstabilan finansial. Perubahan cuaca yang tidak menentu dapat memengaruhi ketersediaan bahan baku serta kualitas produk yang dihasilkan. Ketergantungan ini menimbulkan ketidakpastian dalam proses produksi dan berpotensi menghambat kelancaran usaha.

c. Persaingan usaha sejenis di sekitar nagari

Munculnya usaha sejenis meningkatkan tingkat persaingan, baik dari sisi harga, kualitas produk, maupun pelayanan kepada konsumen. Persaingan yang semakin ketat dapat menekan harga, mengurangi pangsa pasar, dan meningkatkan tekanan terhadap pemilik usaha mikro dan kecil yang telah keterbatasan dalam modal dan inovasi.

d. Penurunan daya beli masyarakat pada kondisi tertentu

Kemampuan daya beli masyarakat dapat menurun akibat kondisi tertentu, seperti bencana alam atau krisis ekonomi. Penurunan daya beli ini secara langsung mempengaruhi menurun nya permintaan terhadap produk usaha mikro kecil. Bagi usaha yang bergantung pada pasar lokal, kondisi ini menjadi ancaman yang cukup serius terhadap keberlangsungan usaha dan stabilitas pendapatan.

Matriks EFE dibuat berdasarkan faktor-faktor kesempatan dan risiko strategis yang selesai diklasifikasi untuk melakukan evaluasi variabel external. Metode penilaian dan penimbangan menggunakan skala yang sama dengan matriks IFE, dengan total bobot pada faktor eksternal berjumlah 1,0 atau setara dengan 100 persen.

Tabel 3
Hasil Analisis EFE

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Nilai
Peluang				
1	Permintaan pasar lokal yang relatif stabil	0,20	4	0,80
2	Dukungan keluarga dan lingkungan sekitar	0,10	3	0,30
3	Peluang pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran	0,15	3	0,45
4	Peluang memperluas pasar ke luar nagari melalui jaringan toke atau pelanggan dari daerah lain	0,05	3	0,15
	Jumlah	0,50		1,70
Ancaman				
1	Fluktuasi harga bahan baku	0,20	2	0,40
2	Ketergantungan pada kondisi musim dan cuaca	0,15	2	0,30
3	Persaingan usaha sejenis di sekitar nagari	0,10	2	0,20
4	Penurunan daya beli masyarakat pada kondisi tertentu	0,05	1	0,05
	Jumlah	0,50		0,95
	Total	1,00		2,65

Sumber: Pengolahan hasil wawancara

Hasil analisis EFE menunjukkan total skor sebesar 2,65, yang menunjukkan bahwa faktor eksternal usaha mikro kecil milik wirausahawan wanita didominasi oleh peluang dibandingkan ancaman, sehingga lingkungan eksternal relatif mendukung perkembangan bisnis.

Analisis Matriks SWOT

Tabel 4 menampilkan matriks SWOT untuk usaha mikro kecil yang dijalankan oleh pengusaha perempuan:

Tabel 4
Amalisis Matriks SWOT pada Usaha Mikro Kecil Milik Wirausahawan Wanita di Nagari Matur Hilia

IFE **EFE**	**Kekuatan Strengths (S)** 1. Usaha telah dijalankan dalam jangka waktu relatif lama sehingga memiliki pengalaman dan keterampilan 2. Lokasi usaha umumnya berada di rumah atau dekat pemukiman sehingga mudah dijangkau konsumen 3. Produk dan jasa sesuai	**Kelemahan Weaknesses (W)** 1. Tidak adanya pencatatan keuangan usaha secara sistematis 2. Modal usaha terbatas 3. Pengelolaan usaha masih tradisional dan minim

	kebutuhan masyarakat sekitar 4. Fleksibilitas waktu kerja bagi pelaku usaha wanita	pemanfaatan teknologi 4. Belum memiliki legalitas usaha formal (NIB/sertifikasi)
Peluang Opportunities (O) 1. Permintaan pasar lokal yang relatif stabil 2. Dukungan keluarga dan lingkungan sekitar 3. Peluang pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran 4. Peluang memperluas pasar ke luar nagari melalui jaringan toke atau pelanggan dari daerah lain.	**Strategi SO** 1. Memanfaatkan pengalaman usaha yang telah lama dijalankan untuk memenuhi permintaan pasar lokal yang relatif stabil (S1,O1). 2. Mengoptimalkan lokasi usaha yang dekat dengan pemukiman untuk meningkatkan penjualan kepada konsumen sekitar (S2,O2). 3. Mengembangkan pemasaran produk melalui media sosial dengan memanfaatkan fleksibilitas waktu kerja pelaku usaha wanita (S4,O3).	**Strategi WO** 1. Meningkatkan pencatatan keuangan usaha secara sederhana untuk mendukung pengembangan usaha dan perluasan pasar W1,O3). 2. Memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran berbiaya rendah guna mengatasi keterbatasan modal usaha (W3, O3). 3. Mengupayakan pengurusan legalitas usaha formal (NIB atau sertifikasi produk) sebagai syarat perluasan pasar ke luar nagari (W4,O4).
Ancaman Treaths (T) 1. Fluktuasi harga bahan baku 2. Ketergantungan pada kondisi musim dan cuaca	**Strategi ST** 1. Memanfaatkan pengalaman dan keterampilan usaha untuk menyesuaikan harga dan volume	**Strategi WT** 1. Melakukan pencatatan keuangan sederhana untuk mengendalikan

3. Persaingan usaha sejenis di sekitar nagari 4. Penurunan daya beli masyarakat pada kondisi tertentu	produksi akibat fluktuasi harga bahan baku (S1, T1). 2. Menjaga kualitas produk yang sesuai kebutuhan masyarakat untuk mempertahankan pelanggan di tengah persaingan usaha sejenis (S3,T3). 3. Mengatur fleksibilitas waktu kerja guna menyesuaikan proses produksi dengan kondisi musim dan cuaca (S4,T2).	biaya produksi akibat fluktuasi harga bahan baku (W1, T1). 2. Mengelola modal usaha secara lebih efisien guna mengurangi dampak persaingan usaha sejenis di sekitar nagari (W2, T3). 3. Mulai menerapkan teknologi sederhana dalam pengelolaan dan pemasaran usaha untuk meningkatkan daya saing (W3,T3).

Sumber: Hasil penelitian lapangan Desember 2025 (data diolah)

Matriks SWOT yang disebutkan di atas dapat digunakan untuk mengembangkan sejumlah taktik yang berbeda, usaha mikro kecil milik wirausahawan wanita di Nagari Matur Hilia dalam mengembangkan dan mempertahankan usahanya.

E. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terhadap usaha mikro kecil milik wirausahawan wanita di Nagari Matur Hilia, bisa dirangkum bahwasanya variabel dalam atau luar memiliki dampak terhadap perkembangan bisnis. Ketahanan serta kekurangan pelaku bisnis adalah contoh variabel dalam; kesempatan serta risiko yang timbul dari lingkungan bisnis merupakan contoh faktor eksternal. Interaksi kedua faktor tersebut menentukan arah dan keberlanjutan usaha mikro kecil yang dijalankan oleh wirausahawan wanita di wilayah penelitian.

Empat strategi pengembangan bisnis—strategi S-O, S-T, W-O, dan W-T—dihasilkan berdasarkan temuan SWOT dan didukung oleh matriks IFE dan EFE. Dengan skor total 3,05, metode S-O unggul dibandingkan empat strategi lainnya, sehingga dinilai sebagai strategi yang paling prioritas untuk diterapkan. Temuan ini menunjukkan bahwa kondisi internal usaha relatif kuat dan didukung oleh peluang eksternal yang cukup besar.

Strategi S–O diarahkan pada pemanfaatan kekuatan usaha untuk

menangkap peluang yang ada, antara lain memanfaatkan pengalaman usaha yang telah lama dijalankan untuk memenuhi permintaan pasar lokal yang relatif stabil, Mengoptimalkan lokasi usaha yang dekat dengan pemukiman untuk meningkatkan penjualan kepada konsumen sekitar dan mengembangk an pemasaran produk melalui media sosial dengan memanfaatkan fleksibilitas waktu kerja pelaku usaha wanita. Diharapkan bahwa kinerja akan meningkat dengan penerapan metode ini serta memperkuat kemampuan bersaing usaha mikro kecil milik wirausahawan wanita di Nagari Matur Hilia secara berkelanjutan.

Daftar Pustaka

Abdillah, L. A., HS, S., Muniarty, P., Nanda, I., Retnandari, S. D., Wulandari, Prasetyo, A. H., Sinambela, S., Mansur, Aulia, T. Z., Hamzah, A., Firmansyah, H., Andari, S., Rismadi, B., Purba, S., Gazi, & Sina, I. (2021). *Metodologi Penelitian & Analisis Data*. Insania.

Adha, F. O., & Kenedi, J. (2025). Strategi Penumbuhan Pemahaman Pedagang Untuk Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standart (QRIS) Sebagai Alat Transaksi Di Pasar Kuliner Padang Panjang. *Didaktik: Jurnal Ilmiah PGSD FKIP Universitas Mandiri*, *11*(1), 234–248. https://doi.org/https://doi.org/10.36989/didaktik.v11i01.5678

Akhirman. (2017). *Buku Ajar Kewirausahaan Berbasis Kearifan Lokal*. Umrah Press.

Amruddin, Muskananfola, N. I. L., Febriyanti, E., Badi'ah, A., Pandie, F. R., Goa, M. Y., Letor, N. Y. M. K., Pratiwi, R. D., Barimbing, N. M. A., Paulus, A. Y., Selly, J. B., Tahu, N. S. K., Sarjana, S., Israfil, Feoh, F. T., Lette, A. R., Christianto, H., Tage, P. K. S., Bire, W. L. O. R., … Djaniar, U. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Media Sains Indonesia.

Anwar, Suhadarliyah, Mariana, Rahmawati, C. H. T., Amelia, D., Fariantin, E., Murjana, I. M., Faisol, Sushardi, Gunawan, C., Sihombing, L., Mu'ah, Norvadewi, Fauzi, A. K., & Nuryati. (2023). *Kewirausahaan Berbasis UMKM*. Seval Literindo Kreasi.

Arifuddin, Q., Riswan, HR, M. A., Bulkis, Latif, A., S, S., Hasnawati, Hidayat, A., & Indah, N. (2025). *Metodologi Penelitian Hukum*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Aulina, D., & Kenedi, J. (2025). Strategi Peningkatan Minat Jamaah Umrah Pada PT. Ontiket Amanah Digita Travel Umrah Dan Haji Plus Cabang Kabupaten 50 Kota. *Didaktik: Jurnal Ilmiah PGSD FKIP Universitas Mandiri*, *11*(1), 221–240. https://doi.org/https://doi.org/10.36989/didaktik.v11i01.5674

Bungin, B. (2015). *Metode Penelitian Sosial Dan Ekonomi*. Prenada Media Group.

Dewi, N. N. (2021). *Buku Ajar: Pengantar Manajemen*. Scopindo Media Pustaka.

Elliyana, E., & Sulistiyon, D. (2020). *Buku Ajar Kewirausahaan*. Ahlimedia Press.

Ernawati. (2024). *Buku Ajar Manajemen Keperawatan*. Mahakarya Citra Utama.

Fadilla, S., & Kenedi, J. (2025). Analisis Strategi Pengembangan Pasar Padang Lua di Kabupaten Agam Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Pedagang. *JoSES: Journal of Sharia Economics Scholar*, *2*(5), 147–155. https://doi.org/https://doi.org/10.47827/jer.v6i2.1044

Harahap, M. K., & Kenedi, J. (2025). Strategi Peneingkatan Perekonomian Lokal Berbasis Usaha Gula Merah Di Kecamatan Matur Kabupaten Agam. *Didaktik: Jurnal Ilmiah PGSD FKIP Universitas Mandiri*, *11*(02), 285–300. https://doi.org/https://doi.org/10.36989/didaktik.v11i02.6585

Hariyono, & Andrini, V. S. (2019). *Pengantar Kewirausahaan*. CV. AA. Rizky.

Hasanah, N., Muhtar, S., & Muliasari, I. (2019). *Mudah Memahami Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)*. Uwais Inspirasi Indonesia.

Junaidi, A. (2024). *Peran Zakat dan Infaq dalam Pembangunan Ekonomi*. PT Nasya Expanding Management.

Kamaluddin. (2019). Kewirausahaan Dalam Pandangan Islam. *Jurnal Proseding Seminar NasionalKewirausahaan*, *1*(1), 302–310. https://doi.org/https://doi.org/10.30596/snk.v1i1.3632

Karwati, L., Qomariah, A. I., Ardani, L., & Nurani, S. S. (2021). *Kewirausahaan*. CV. Bayfa Cendekia Indonesia.

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2025). Pemerintah Dorong UMKM Naik Kelas, Tingkatkan Kontribusi terhadap Ekspor Indonesia. *Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia*. https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/6152/pemerintah-dorong-umkm-naik-kelas-tingkatkan-kontribusi-terhadap-ekspor-indonesia

Kurnia, F., & Kurnia, Y. (2023). Peran Lembaga Keuangan Mikro Syari'Ah Terhadap Kesuksesan UMKM Perempuan. *Jurnal Menara Ekonomi*, *9*(1), 88–94. https://doi.org/https://doi.org/10.31869/me.v9i1.4764

Laili, H. N., Azhad, M. N., & Rusdiyanto. (2024). Analisis Faktor Internal Dan Faktor Eksternal Yang Mempengaruhi Keputusan Berwirausaha Kalangan Wanita Di Kecamatan Wuluhan. *Master: Jurnal Manajemen dan Bisnis Terapan*, *3*(2), 90–106. https://doi.org/https://doi.org/10.30595/jmbt.v3i2.18676

Maryasih, N. L. K. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi

Keputusan Wanita Memilih Berwirausaha Pada Sentra Industri Kecil Linggoasri Pekalogan Jawa Tengah. *MJIR: Moestopo Journal International Relations*, *1*(1), 31–45. https://journal1.moestopo.ac.id/index.php/mjir/article/view/1306/644

Mashuri, & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing (Studi Pada PT. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru). *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, *1*(1), 97–112. https://doi.org/https://doi.org/10.46367/jps.v1i1.205

Mayasari, A. C., Hasdianah, Rohan, Siyoto, S., & Rustam, M. Z. A. (2017). *Metode Penelitian Keperawatan Dan Statistik*. Media Nusa Creative.

Mubarrok, U. S. (2018). *Penerapan SWOT Balanced Scorecard Pada Perencanaan Strategi Bisnis*. CV. Jakad Publishing.

Mujito. (2021). *Manajemen Strategik Dengan Pendekatan Analisis SWOT*. Wawasan Ilmu.

Nasution, A. F. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV. Harfa Creative.

Nursanti, T. D., P, M. A. C., Adrian, Haitamy, A. G., DN, D. A., Masdiantini, P. R., Waty, E., Boari, Y., & Judijanto, L. (2024). *Entrepreneurship (Strategi Dan Panduan Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Yang Efektif)*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Pahleviannur, M. R., Grave, A. De, Saputra, D. N., Mardianto, D., Sinthania, D. N., Hafrida, L., Bano, V. O., Susanto, E. E., Mahardhani, A. J., Amruddin, Alam, M. D. S., Lisya, M., & Ahyar, D. B. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV. Pradina Pustaka Grup. http://www.nber.org/papers/w16019

Pakpahan, H. T., Sitepu, I., Simatupang, D. I. S., & Maryunianta, Y. (2024). *Strategi Pengembangan Agrowisata dengan Menggunakan Analisis SWOT dan SOAR*. Azzia Karya Bersama.

Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.

Primadhita, Y., Budiningsih, S., & Primatami, A. (2018). Pengaruh Faktor Internal Dan Faktor Eksternal Terhadap Keputusan Perempuan Berwirausaha. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, *20*(3), 161–170. https://doi.org/http://dx.doi.org/10.33370/jpw.v20i3.229

Sabilalo, M. A., Sahyunu, & Titop, H. (2023). *Kinerja Usaha Berbasis Pengalaman Nilai Islam Suatu Pendekatan Penelitian*. CV Budi Utama.

Sari, M. N., Abdillah, L. A., Mappanyompa, Asmarany, A. I., Rakhmawati, I., Pattiasina, P. J., Kusnadi, I. H., Hasanuddin, R., Pradana, P. Y., Isma, I. Z. R. A., Darman, & Hadikusumo, R. A. (2024). *Metode Penelitian Kualitatif (Konsep & Aplikasi)*.

CV. Mega Press Nusantara.

Setiawan, J., & Soelaiman, L. (2022). Pengaruh Faktor Psikologis Dan Keterampilan Terhadap Keberhasilan Wirausaha Wanita. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, *6*(1), 85–94. https://doi.org/https://doi.org/10.24912/jmieb.v6i1.15974

Suhartini, A. (2024). Strategi Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Berbasis Syari'ah: Antara Peluang dan Tantangan. *Al-Mutharahah: Jurnal Penelitian dan Kajian Sosial Keagamaan*, *21*(1), 364–384. https://doi.org/https://doi.org/10.46781/al-mutharahah.v21i01.823

Syazili, A., & Gofar, N. (2025). *Dasar-Dasar Aplikasi Statistika SPSS Dan Excel*. Widina Media Utama.

Tuzzahrok, F. S., & Murniningsih, R. (2021). Pengaruh Motivasi dan Kreativitas dalam Membentuk Jiwa Kewirausahaan terhadap Womenpreneur. *Jurnal Unimma*, 765–769. https://journal.unimma.ac.id/index.php/conference/article/view/6015

Utami, B. C., Berampu, L. T., Siregar, T., & Khoiriyah, M. (2025). PENGUATAN WOMENPRENEUR DALAM PENINGKATAN PENDAPATAN PEREMPUAN PADA KELOMPOK UMKM SAMBAL DAN LAUK KEMASAN KHAS RIAU. *JURNAL ABDI INSANI*, *12*(1), 273–280. https://doi.org/https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v12i1.2200

Utomo, K. P., Syarief, F., Winardi, M. A., Fadly, R., Widjaja, W., Setyorini, R., Sudrartono, T., Hasan, M., Zulfikar, R., Triwardhani, D., Yuliawan, E., Kamal, F., & Lestiowati, R. (2021). *Dasar Manajemen Dan Kewirausahaan*. Widina Bhakti Persada Bandung.

Wada, N. F. H., Pertiwi, A., Hasiolan, N. M. I. S., Lestari, S., Sudipa, I. G. I., Patalatu, J. S., Boari, Y., Ferdinan, Puspitaningrum, J., Ifadah, N. E., & Rahman, A. (2024). *Buku Ajar Metodologi Penelitian*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Widyantari, S. (2023). Karakteristik Dan Faktor Pendorong Wirausaha Wanita Etnis Tionghoa Di Kabupaten Banyuwangi. *Century: Journal of Chinese Language, Literature and Culture*, *11*(2), 142–155. https://doi.org/https://doi.org/10.9744/century.11.2.142-155

Witro, D., Yanti, B. Z., & Rasidin, M. (2020). Mental Revolution To Increase Economic Independence And Nation's Competitiveness Of Surah Al-Ra'd Verse 11 Perspective. *Jurnal Studi Ilmu-Ilmu Al-Qur'an dan Hadis*, *21*(2), 431–448. https://doi.org/https://doi.org/10.14421/qh.2020.2102-10

Yulianto, E., Sudirman, I., & Sutarman. (2022). *Model Implementasi Integrasi Fungsi-Fungsi Bisnis Pada Kinerja Proses Bisnis Internal*. Cipta Media Nusantara (CMN).