

Al-Mustla: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman dan Kemasyarakatan

Volume 7 Nomor 2 Bulan Juni Tahun 2025

<https://jurnal.stainmajene.ac.id/index.php/almustla/about>

E-ISSN: 2715-5420

Strategi Pengembangan Pasar Usaha Seni Lukisan Bakar (Boring Art) Di Kabupaten Polewali Mandar

Haidir Ali^{1*},

¹ Institut Teknologi dan Bisnis Muhammadiyah, Polewali Mandar, Indonesia

*Email (haidiralii@gmail.com)

Keywords :

market development strategy, pyrography art, SWOT, creative economy.

Abstract

This study aims to analyze the market development strategy of the Boring Art pyrography business in Polewali Mandar Regency. The research employs a descriptive qualitative method using SWOT analysis, supported by observation, interviews, and documentation. The findings reveal that Boring Art's main strengths include the uniqueness of its pyrography production technique, product durability, and its position as the only business of its kind in the region. Opportunities arise from potential collaborations with the tourism sector, interior decoration trends, and growing public interest in local art. However, weaknesses include limited facilities, production time, and promotional efforts, while threats stem from fluctuating raw material prices and limited capital. Recommended strategies involve enhancing digital marketing, strengthening cross-sector collaboration, innovating product designs, and optimizing production processes. These findings are expected to serve as a reference for developing art-based creative enterprises in the region, particularly in promoting the sustainability and competitiveness of Boring Art..

Kata Kunci :

strategi pengembangan pasar, seni lukisan bakar, pyrography, SWOT, ekonomi kreatif.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan pasar usaha seni lukisan bakar Boring Art di Kabupaten Polewali Mandar. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis SWOT, melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa

Boring Art memiliki kekuatan utama berupa keunikan teknik produksi pyrography, daya tahan produk, dan posisi sebagai satu-satunya usaha sejenis di wilayah tersebut. Peluang yang dapat dimanfaatkan meliputi kerja sama dengan sektor pariwisata, tren dekorasi interior, serta meningkatnya minat masyarakat terhadap seni lokal. Namun, kelemahan yang dihadapi meliputi keterbatasan fasilitas, waktu produksi, dan promosi, sementara ancaman berasal dari fluktuasi harga bahan baku dan keterbatasan modal. Strategi yang direkomendasikan mencakup peningkatan promosi digital, penguatan kerja sama lintas sektor, inovasi produk, dan optimalisasi proses produksi. Temuan ini diharapkan menjadi acuan pengembangan usaha kreatif berbasis seni di daerah, khususnya dalam mendorong keberlanjutan dan daya saing Boring Art.

Article History :	Received :	Accepted :
	04 Mei 2025	30 Juni 2025

PENDAHULUAN

Pembangunan disektor kerajinan tangan usaha seni rupa diarahkan pada upaya peningkatan pendapatan dan taraf hidup dengan terciptanya lapangan kerja Dan meningkatkan produktivitas bagi setiap individu serta mendorong kemajuan perekonomian Nasional secara mandiri. Fokus pemerintah dan masyarakat terhadap sumber daya manusiyang besar akhir ini membawa keputusan pemerintah untuk lebih mengintensifkan eksplorasi dan eksploitasi dengan membentuk beberapa kegiatan pemberdayaan untuk masyarakat.

Sebagai salah satu ranting seni rupa, seni lukis beserta segala aspeknya sangatlah menarik untuk topic pembahasan, karena tidak akan ada habisnya di bicarakan baik dari segi nilai estetis, struktur dan makna simbolik yang terkandung didalamnya.

Seni lukis hadir sebagai media ungkapan perasaan yang diwujudkan dalam bentuk visual. (Waluya, 2021). Seni lukis ditujukan sebagai tolak ukur nilai estetika, tanpa mengurangi

fungsinya sebagai bahasa rupa untuk menyampaikan pesan-pesan tertentu. Secara umum, seni lukis dapat dilakukan oleh siapa saja baik mempunyai keahlian ataupun hanya sekedar sebagai alat penuang kreatifitas. Sebagai salah satu seni rupa yang menarik seni lukis juga telah menjadi industri yang berkembang pesat.

Pyrography (Pyrogravure) atau Pirografi, adalah seni lukis pada media kayu atau bahan lainnya dengan cara membakar tanda atau coretan-coretan lukisan yang dihasilkan dari alat yang dipanaskan secara terkendali. Di amerika telah berkembang teknik dengan goresan bara dari kawat filament solder listrik merupakan sesuatu yang baru sebagai dampak perkembangan teknologi dalam teknik pirografi ini. Istilah ini berarti “menulis dengan api”, haal ini dapat dilakukan dengan menggunakan alat khusus seperti solder listrik atau dalam hal modern saat ini dapat menggunakan logam yang dipanaskan dalam api, atau bahkan sinar matahari. (Hasrullah 2021).

Berdasarkan latar belakang tersebut maka kami memilih kerajinan usaha seni lukisan bakar karna ini merupakan hal yang baru di Polewali Mandar. Dengan demikian kami memanfaatkan sumber daya manusia khususnya kami sebagai mahasiswa kewirausahaan agar dapat menambah wawasan dan keterampilan masyarakat agar lebih tertarik dan menikmati karya seni dengan berbagai jenis. Dengan potensi ini diharapkan kerajinan seni rupa tidak saja mampu menjadi sekedar hobi atau usaha sampingan, namun juga sebagai pembuka lapangan pekerjaan di masyarakat khususnya di daerah Polewali Mandar.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, Penelitian ini mendeskripsikan atau menggambarkan apayang menjadi masalah dan kemudian menggunakan analisis SWOT. Metode deskriptif kualitatif merujuk pada pendekatan penelitian yang menghasilkan data bersifat deskriptif berupa fakta-fakta tertulis maupun lisan dari perilaku yang diamati, dalam keadaan

yang berlangsung secara ilmiah. Metode tersebut dipilih untuk agar mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT.

Analisis SWOT digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang dihadapi oleh Boring Art. Dengan melakukan analisis ini, perusahaan dapat memahami posisi mereka di pasar dan merumuskan strategi pengembangan yang sesuai. Data untuk analisis SWOT dapat diperoleh melalui studi pasar, observasi langsung, survei konsumen, dan analisis data internal perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Temuan Hasil Penelitian

Boring Art merupakan salah satu bentuk usaha di sektor ekonomi kreatif yang mengkhususkan diri pada produksi karya seni lukisan bakar, dengan kayu dan material sejenis sebagai media utama. Usaha ini berdiri sejak tahun 2020 dan terus berkembang hingga saat ini. Kehadiran Boring Art tidak hanya bertujuan untuk memproduksi dan memasarkan karya seni, tetapi juga menjadi sarana pemberdayaan masyarakat, khususnya generasi muda, agar mampu berpartisipasi aktif dalam dunia seni rupa dan melihat peluang bisnis yang lahir dari kreativitas.

Sebagai pelaku usaha yang bergerak di bidang seni, Boring Art memposisikan dirinya untuk mendorong pertumbuhan ekonomi lokal sekaligus memperluas apresiasi terhadap seni lukis bakar. Target pasar yang dibidik meliputi masyarakat dari kalangan remaja hingga dewasa, dengan harapan mampu membangkitkan minat, kreativitas, dan semangat kewirausahaan.

Secara strategis, Boring Art memiliki visi menjadi salah satu brand ekonomi kreatif terkemuka di Pulau Sulawesi yang mengutamakan kepuasan pelanggan melalui penyediaan produk, jasa, dan pelayanan terbaik. Untuk mewujudkan visi tersebut, Boring Art merumuskan misi sebagai berikut:

1. Memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan.
2. Mempermudah proses pemesanan produk atau jasa serta memastikan penyelesaiannya secara cepat dan tepat waktu.
3. Mengembangkan kualitas produk, jasa, dan sumber daya manusia secara berkelanjutan, dengan mengedepankan kreativitas di bidang seni.

Dengan landasan visi dan misi tersebut, Boring Art berupaya membangun identitas usaha yang tidak hanya kompetitif di pasar, tetapi juga memberikan nilai tambah bagi perkembangan ekonomi kreatif di wilayahnya.

Tabel 1. Identitas Responden

No	Nama	Umur	Jenis Kelamin	Pekerjaan
1	Muhammad Ilham	29 tahun	Laki-laki	CEO Boring Art
2	Irwan	30 tahun	Laki-laki	Pengrajin

Jumlah

Tabel 2. Analisis SWOT Usaha Boring Art

Aspek	Pertanyaan	Jawaban
Strengths (Kekuatan)	Keunggulan apa yang dimiliki oleh bisnis ini?	Usaha ini adalah satu-satunya di Polewali Mandar.
	Apa yang menyebabkan bisnis ini mendapatkan penjualan?	Keunikan dan ketahanan produk terhadap cuaca dan paparan sinar matahari.
	Keunikan apa yang dimiliki oleh bisnis ini?	Teknik pembuatan produk yang berbeda dari umumnya.
Weaknesses	Apa yang dapat kita	Tempat usaha belum

Aspek	Pertanyaan	Jawaban
(Kelemahan)	tingkatkan dalam bisnis ini?	maksimal.
	Faktor apa saja yang menyebabkan kehilangan penjualan?	Kualitas produk dan waktu produksi belum maksimal.
	Apa penyebab konsumen meragukan bisnis ini?	Tempat usaha dan usaha ini belum banyak dikenal masyarakat.
Opportunities (Peluang)	Kesempatan apa yang dapat dilihat?	Kerja sama dengan tempat wisata yang berada di Polewali Mandar.
	Segmen pasar baru yang bisa dijangkau?	Usaha ini dapat menjangkau semua kalangan masyarakat.
	Perkembangan tren apa yang sejalan dengan bisnis ini?	Tren dekorasi interior serta meningkatnya minat terhadap seni lokal dan budaya tradisional.
Threats (Ancaman)	Tantangan utama yang dihadapi?	Kurangnya infrastruktur dan fasilitas pameran untuk nilai seni produk lokal.
	Perubahan lingkungan eksternal yang berdampak negatif?	Fluktuasi harga bahan baku kayu.
	Hambatan apa yang sedang dihadapi sekarang?	Keterbatasan modal untuk pengembangan usaha, serta pemasaran

Aspek	Pertanyaan	Jawaban
		digital yang belum optimal.

Berdasarkan data yang dikumpulkan, dilakukan analisis SWOT untuk mendeskripsikan kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) dalam menjawab rumusan masalah penelitian, yaitu “*Bagaimana strategi pengembangan pasar usaha seni lukisan bakar di Kabupaten Polewali Mandar*” pada ruang lingkup faktor internal dan eksternal terhadap brand **Boring Art**. Analisis SWOT ini mencakup seluruh potensi dan tantangan yang dimiliki perusahaan, baik yang berasal dari lingkungan internal seperti kualitas sumber daya manusia dan fasilitas usaha, maupun dari lingkungan eksternal seperti tren pasar dan kondisi lingkungan bisnis.

Dari sisi **kekuatan**, Boring Art memiliki keunggulan kompetitif karena menjadi satu-satunya usaha seni lukisan bakar yang beroperasi di Kabupaten Polewali Mandar. Produk yang dihasilkan memiliki keunikan dan ketahanan terhadap cuaca serta paparan sinar matahari, sehingga meningkatkan daya tarik dan nilai jualnya. Selain itu, teknik pembuatan produk yang digunakan berbeda dari metode umum, memberikan ciri khas tersendiri yang sulit ditiru oleh pesaing.

Namun demikian, terdapat beberapa **kelemahan** yang menjadi hambatan pengembangan usaha. Tempat usaha saat ini belum maksimal, baik dari segi luas maupun fasilitas pendukung. Kualitas produk dan waktu penyelesaian produksi masih perlu ditingkatkan agar dapat memenuhi permintaan konsumen secara optimal. Selain itu, tingkat popularitas Boring Art masih rendah karena belum banyak dikenal oleh masyarakat luas, sehingga memerlukan strategi promosi yang lebih intensif.

Dari perspektif **peluang**, Boring Art memiliki potensi besar untuk berkembang melalui kerja sama dengan berbagai tempat wisata di Polewali Mandar yang dapat menjadi media

promosi sekaligus pasar potensial. Produk yang dihasilkan memiliki daya tarik untuk semua kalangan masyarakat, dari remaja hingga dewasa, sehingga segmen pasar yang bisa dijangkau sangat luas. Lebih lanjut, tren dekorasi interior dan meningkatnya minat terhadap seni lokal serta budaya tradisional menjadi momentum yang selaras dengan konsep produk Boring Art.

Meski demikian, terdapat sejumlah **ancaman** yang harus diantisipasi. Minimnya infrastruktur dan fasilitas pameran untuk produk seni lokal dapat menghambat perluasan pasar. Selain itu, fluktuasi harga bahan baku kayu berpotensi memengaruhi biaya produksi. Keterbatasan modal juga menjadi kendala dalam mengembangkan usaha dan memperluas pemasaran, terutama dalam pemanfaatan media digital yang saat ini belum optimal.

Dengan memahami faktor-faktor tersebut, Boring Art dapat merumuskan strategi pengembangan pasar yang mempertahankan keunggulan internal, mengatasi kelemahan, memanfaatkan peluang yang ada, serta meminimalkan dampak ancaman yang mungkin terjadi.

Tabel 2. External Factor Evaluation (EFE) Usaha Boring Art

No	Faktor Strategis	Bobot	Rating	Skor
	Peluang			
1	Kerja sama tempat wisata yang berada di polewali mandar	0,17	4.5	0,75
2	Usaha ini bisa menjangkau semua kalangan masyarakat	0,17	4.5	0,75
3	Tren dekorasi interior, serta meningkatnya minat	0,17	4.5	0,75

terhadap seni lokal dan budaya					
Sub Total		0,50	2,35		
No	Ancaman				
1	Kurangnya infrastruktur dan fasilitas pameran terhadap nilai seni produk lokal	0,17	2,9	0,48	
2	Fluktuasi harga bahan baku kayu	0,17	2,9	0,48	
3	Keterbatasan modal untuk pengembangan usaha, dan pemasaran digital yang belum optimal	0,17	2,5	0,48	
Sub Total		0,50	1,45		
Total		1.00	3,70		

Berdasarkan hasil perhitungan External Factor Evaluation (EFE), diperoleh total skor 3,18 yang menunjukkan bahwa usaha Boring Art cukup responsif dalam memanfaatkan peluang eksternal dan mengantisipasi ancaman di lingkungan bisnisnya.

a. Peluang (Opportunities)

Peluang terbesar berasal dari kerja sama dengan tempat wisata di Polewali Mandar (Bobot: 0,17; Rating: 4,0; Skor: 0,68). Kolaborasi ini dapat menjadi sarana promosi efektif, mengingat wisatawan merupakan segmen potensial yang memiliki minat terhadap kerajinan unik dan khas daerah.

Peluang lainnya adalah cakupan pasar yang luas (Bobot: 0,14; Rating: 4,0; Skor: 0,56), karena produk seni lukisan bakar dapat diterima oleh berbagai kalangan masyarakat, dari remaja hingga dewasa, bahkan untuk pasar korporasi seperti hotel atau restoran.

Selain itu, tren dekorasi interior dan meningkatnya minat terhadap seni lokal (Bobot: 0,14; Rating: 4,5; Skor: 0,63) sangat mendukung pengembangan usaha ini. Tren tersebut selaras dengan konsep produk Boring Art yang mengedepankan nilai estetika dan budaya lokal, sehingga memperkuat daya tarik di pasar.

Dengan Sub Total Opportunities sebesar 1,87, dapat disimpulkan bahwa peluang eksternal yang tersedia sangat mendukung strategi pengembangan pasar Boring Art.

b. Ancaman (Threats)

Ancaman terbesar adalah keterbatasan modal dan pemasaran digital yang belum optimal (Bobot: 0,24; Rating: 2,5; Skor: 0,60), yang membatasi kemampuan ekspansi dan penetrasi pasar.

Ancaman berikutnya adalah minimnya infrastruktur dan fasilitas pameran (Bobot: 0,17; Rating: 2,5; Skor: 0,43), yang mengurangi kesempatan memamerkan produk secara langsung kepada konsumen dan wisatawan.

Selain itu, fluktuasi harga bahan baku kayu (Bobot: 0,14; Rating: 2,0; Skor: 0,28) dapat memengaruhi biaya produksi dan harga jual produk, sehingga perlu diantisipasi dengan strategi pengadaan bahan baku yang lebih efisien.

Dengan Sub Total Threats sebesar 1,31, faktor ancaman ini masih dapat diatasi melalui strategi mitigasi yang tepat, terutama pada aspek permodalan dan pemasaran digital.

1) Hasil Dari Matrik SWOT IFE Dan EFE

- **S-O STRATEGI**

Merancang dan membuat produk yang lebih berkualitas dan unik guna untuk menjangkau konsumen dan pemasok agar memilih produk Boring Art sebagai produk unggul di kabupaten Polewali Mandar (S2, S3,O2)

- **W-T STRATEGI**

Lukisan bakar belum banyak diketahui di masyarakat, untuk itu bisa diatasi dengan melakukan promosi lewat media sosial

seperti instagram, facebook, tik tok. Dan sosial media lainnya, serta kerja sama dengan tempat wisata yang ada di Polewali Mandar (W3, O1,O2)

- **S-T STRATEGI**

Melakukan iklan dengan konsep seni lukisan bakar ciri khas daerah kabupaten polewali mandar yang menjadi daya tarik tersendiri ditengah persaingan pasar dengan produk yang sudah lama dikenal masyarakat (S1,T1,T3)

- **W-T STRATEGI**

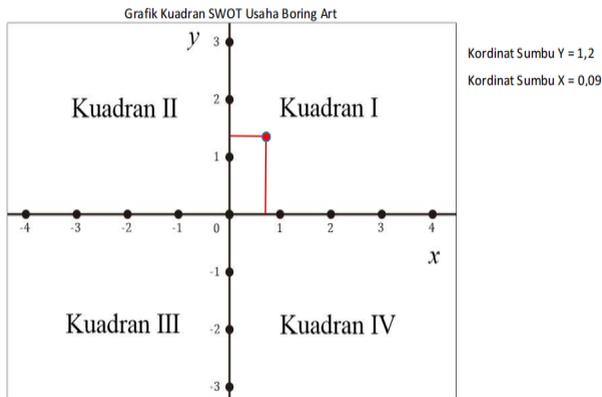
Seni Lukisan Bakar belum banyak dikenal oleh masyarakat maka dipersiapkan rencana iklan dengan pemilihan media promosi yang tepat dan sesuai target agar dapat memperkenalkan seni lukisan bakar kemasyarakat Polewali Mandar serta mampu bersaing dipasaran. (W-2,W3, T-1,T3)

Diagram Analisis SWOT

Pada diagram analisis SWOT, maka dapat dilihat posisi dari pengembangan pasar usaha Studio boring art. Nilai dari faktor internal dan faktor eksternal adalah sebagai berikut:

1. Kekuatan (Strength) = 2,41
2. Kelemahan (Weakness) = 1,21
3. Peluang (Opportunity) = 2,35
4. Ancaman (Threats) = 1,45

Penentuan Posisi



Gambar.1 Grafik Kuadran SWOT

Posisi Usaha Studio Boring Art berada pada kuadran I. hal tersebut menunjukkan usaha Studio Boring Art memiliki peluang yang tinggi. Peluang dan kekuatan tersebut harus dimanfaatkan secara optimal. Menurut (Rangkuti, 2006). strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah srategi mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (growth oriented srategy).

- 1) Kuadran I S-O (*Strenght – Opportunity*) merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan yang ada dikuadran ini memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Pada kuadran pertama strategi yang dapa diambil adalah strategi agresif. Strategi agresif adalah strategi yang mendukung perusahaan untuk terus memaksimalkan kekuatan serta peluang yang ada untuk terus maju dan meraih kesuksesan yang lebih besar.
- 2) Kuadran II S-T (*Strenghtt – Threat*), perusahaan yang berada dikuadran ini menghadapi banyak ancaman namun masih mempunyai kekuatan dari segi internal .pada kuadran kedua strategi yang dapat diambil adalah strategi diversifikasi. Strategi diversifikasi adalah strategi yang menuntut perusahaan untuk melakukan perubahan guna

menutup kelemahannya dan mengejar peluang yang tersedia.

- 3) Kuadran III W-T (*Weakness-Threat*), perusahaan berada diposisi yang sangat tidak menguntungkan. Perusahaan ini menghadapi banyak ancaman dan kelemahan internal. Strategi yang dapat diambil adalah strategi disfentif, strategi yang mendukung perusahaan untuk terus mempertahankan posisi perusahaan dengan segala kemampuan yang ada. Hal itu terjadi karena banyak sekali ancaman dari pihak luar perusahaan.
- 4) Kuadran IV W-O (*Weakness – Opportunity*), diposisi ini sebenarnya perusahaan mempunyai peluang yang sangat besar. Tetapi dilain pihak dia mempunyai banyak kendala internal. Pada kuadran ketiga strategi yang dapat diambil adalah strategi turn- around, yaitu strategi yang mendukung perusahaan untuk memaksimalkan kekuatan yang ada untuk menambah strategi usaha dikarenakan saat ini sudah banyak sekali ancaman yang dapat menghancurkan perusahaan.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian, usaha seni lukisan bakar di Kabupaten Polewali Mandar memiliki prospek yang menjanjikan untuk terus berkembang, terutama jika didukung oleh strategi pemasaran yang tepat. Analisis SWOT menunjukkan bahwa meskipun terdapat sejumlah tantangan, peluang pasar tetap terbuka luas di era digital saat ini. Optimalisasi promosi berbasis teknologi, pengembangan produk yang mengangkat nilai lokal, serta kemitraan strategis dengan berbagai pihak menjadi langkah kunci dalam meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar.

Untuk mewujudkan potensi tersebut, diperlukan sinergi antara pelaku usaha, pemerintah daerah, dan pihak terkait lainnya. Pelaku usaha perlu meningkatkan literasi digital, memperluas

jaringan, dan memanfaatkan platform online secara maksimal. Pemerintah daerah diharapkan dapat memfasilitasi pelatihan, membuka akses pasar, dan mempromosikan produk di tingkat nasional maupun internasional. Dukungan ini, jika terintegrasi dengan inovasi dan pengelolaan yang baik, akan mampu menjadikan seni lukisan bakar sebagai salah satu komoditas unggulan daerah yang bernilai ekonomi tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Polewali Mandar. (2023). *DataPotensi Seni dan Budaya Daerah*. <https://disparbud.polewalimandarkab.go.id>
- Fadillah, N. (2022). "Kebangkitan UMKM Kreatif di Era Pasca Pandemi". *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*, 2(1), 66–74.
- Hidayat, R. (2020). "Strategi Pemasaran Produk Kreatif di Era Digital". *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 4(2), 45-56.
- Handayani, N., & Rahmat, A. (2022). "Peran Digital Marketing dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Kerajinan Lokal". *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 6(1), 15–22.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2021). *Laporan Tahunan Ekonomi Kreatif Indonesia*. Jakarta: Kemenparekraf.
- Lubis, A. R., & Wulandari, D. (2020). "Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Minat Beli Produk Lokal". *Jurnal Pemasaran Nusantara*, 5(1), 21–30.
- Nuraini, Rizka. *Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Geprek Rasya Q*. Diss. Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya, 2022.
- Putra, A. (2021). "Peran Media Sosial dalam Mempromosikan Produk Seni dan Budaya Daerah". *Jurnal Seni dan Budaya Nusantara*, 7(2), 54–63.

- Rangkuti, F. (2013). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rahmawati, Y. D., & Setiawan, I. (2022). Business Model Canvas dan Analisis SWOT untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran Rumah Batik Anto Djamil. *JUSIFO (Jurnal Sistem Informasi)*, 8(2)
- Simamora, H. (2007). *Manajemen Pemasaran Internasional*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Suhaeni, T. (2018). Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing di Industri Kreatif (Studi Kasus UMKM Bidang Kerajinan Tangan di Kota Bandung). *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*.
- Salsabila, Frysilia, et al. "ANALISA SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI UMKM PASCA PANDEMI: STUDI KASUS SUSHI CHINGU." *JEMBA: JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS DAN AKUNTANSI* 2.1 (2023): 81-90.
- Wibowo, A. (2021). "Inovasi Produk Seni Rupa untuk Pasar Digital". *Jurnal Rupa*, 9(1), 11–22.
- Wardana, P. A. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Dengan Menggunakan Analisis SWOT Pada CV. RJM. Prosiding SemNas Teknik UMAHA. I, pp. 143-147. Sidoarjo: Fakultas Teknik UMAHA.
- Yustina, D. (2020). "Analisis SWOT dalam Strategi Pengembangan UMKM Seni Lukis Tradisional". *Jurnal Ekonomi Daerah*, 3(1), 28–35.