

## Upaya Pengelolaan Percetakan Biru dengan Analisis SWOT

Anang Setyawan

Universitas Bhineka PGRI Tulungagung, Jl. Mayor Sujadi No. 7, East Java, Indonesia

Received: 2022-March-21

Rev. Req: 2022-May-01

Accepted: 2022-June-26



10.54956/eksyar.v9i1.331

---

How to cite this paper: Setyawan, A. (2022). Upaya Pengelolaan Percetakan Biru dengan Analisis SWOT. *EKSYPAR: Jurnal Ekonomi Syari'ah & Bisnis Islam*, 9(1), 72-81. <https://doi.org/10.54956/eksyar.v9i1.331>

This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

---

**ABSTRACT:** *Printing is an industry that is experiencing rapid development. The purpose of this study was to determine the efforts to manage the blueprint with POAC management and SWOT analysis. This type of research is a qualitative descriptive field research with data collection techniques, interviews, observation and documentation. The data analysis technique used is the IFAS, EFAS, IE, SPACE and SWOT matrix. The results showed that the Planning, Organizing, Actuating and Controlling processes were carried out with the main target being students so that the POAC activities were adjusted to the course schedule, the results of the IFAS 3.88 and EFAS 3.88 analysis, with the highest assessment on the SO strategy, namely maximizing the power to seize existing opportunities, namely more innovating with products, expanding market share, and making affordable or discounted prices. Percetakan Biru is in quadrant 1 which means that it is growing and developing.*

Percetakan merupakan salah satu industry yang mengalami perkembangan dengan pesat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui upaya pengelolaan percetakan Biru dengan manajamen POAC dan analisis SWOT. Jenis penelitian yaitu field research bersifat deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data, wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknis analisis data yang digunakan yaitu dengan matrik IFAS, EFAS, IE, SPACE dan SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses Planning, Organizing, Actuating dan Controlling dilaksanakan dengan target utama adalah mahasiswa sehingga kegiatan POAC disesuaikan dengan jadwal perkuliahan, hasil analisis IFAS 3.88 dan EFAS 3.88, dengan penilain tertinggi pada strategi SO yaitu memaksimalkan kekuatan untuk menangkap peluang yang ada yaitu lebih berinovasi dengan produk, memperluas pangsa pasar, dan membuat harga terjangkau atau diskon. Percetakan Biru berada pada posisi kuadran 1 yang artinya sedang tumbuh dan membangun.

**Keywords:** *Management, Blueprints, POAC, SWOT Analysis.*

## I. PENDAHULUAN

*Digital printing* pertama kali di kenalkan di pasar pada awal tahun 1990 an dengan dikenal sebagai menggabungkan setiap *image-image* diambil dari kumpulan titik, yang disebut pixel dan proses ini sering disebut dengan proses digitalisasi (Angelina & Panggabean, 2012). Dari data BPS Provinsi Jawa Timur diperoleh data tahun 2017 struktur perekonomian paling tinggi didominasi oleh tiga lapangan usaha utama yaitu industry pengolahan dengan kontribusi sebesar 29,03% pertanian, kehutanan, dan perikanan sebesar 12,80 % serta perdagangan grosir, eceran, dan reparasi mobil sepeda motor sebesar 18,18% (Margomo, 2018).

Salah satu kontribusi dalam industry pengolahan yaitu printing digital media dan grafika. Melihat besarnya peluang usaha dibidang tersebut membuat beberapa orang tertarik untuk bergelut di bidang usaha tersebut. Mulai merambahnya usaha tersebut membuat nilai persainganpun juga semakin tinggi. Namun juga tidak menutup kemungkinan untuk terus berkembang karena sifat usaha yang selalu dibutuhkan semua orang (Ingkiriwang, 2015).

Persaingan yang ketat juga harus diiringi dengan pengelolaan dan manajemen yang baik pula. Setiap perusahaan pasti membutuhkan manajemen sebagai pedoman dalam melaksanakan segala kegiatan sesuai dengan sasaran untuk mencapai tujuan yang diinginkan (Abdullah & Tantri, 2016).

Fungsi manajemen menurut George Terry dibagi menjadi empat, *planning* yaitu kegiatan yang menentukan berbagai tujuan dan penyebab tindakan-tindakan selanjutnya, *organizing* adalah kegiatan membagi pekerjaan diantara anggota kelompok dan membuat ketentuan dalam hubungan-hubungan yang diperlukan. *Actuating* yaitu kegiatan menggerakkan anggota-anggota kelompok untuk melaksanakan pekerjaan sesuai dengan tugas masing-masing. *Controlling* yaitu untuk menyesuaikan antara pelaksanaan dan rencana-rencana yang telah ditentukan (Herujito, 2001);(Ikhwan, 2022).

Selain membutuhkan manajemen yang baik dalam suatu perusahaan juga membutuhkan yang namanya strategi. Pencapaian tujuan setiap perusahaan juga bergantung pada strategi yang digunakan dalam perusahaan. Strategi menurut Learned, Christensen, Andrews dan Guts merupakan alat untuk menciptakan keunggulan bersaing, dengan demikian salah satu fokus startegi adalah mememutuskan apakah bisnis tersebut harus ada atau tidak ada (Rangkuti, 2018). Strategi adalah aksi potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dalam jumlah besar. Jadi strategi adalah sebuah tindakan aksi atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau perusahaan untuk mencapai sasaran atau tujuan yang telah di tetapkan (Siagian, 2012).

Pelaku usaha bisnis perlu melakukan sebuah analisa yang dapat membantu menemukan kekuatan dan kelemahan bisnisnya dengan memperhatikan peluang dan tantangan dalam bisnis tersebut, agar nantinya pelaku bisnis dapat membawa perusahaannya untuk terus bertahan bahkan bisa memenangkan persaingan pasar. Analisa yang diperlukan perusahaan adalah analisa SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threat*) yang merupakan alat untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan perusahaan dan peluang serta ancaman yang ada (Rangkuti, 2013). Faktor kekuatan dan kelemahan perusahaan merupakan faktor yang disebabkan oleh internal perusahaan, sedangkan

faktor peluang dan ancaman merupakan faktor yang disebabkan oleh eksternal perusahaan (Remawati, 2013).

*Strength* (S) yaitu analisis kekuatan, situasi ataupun kondisi yang merupakan kekuatan dari suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Yang perlu dilakukan dalam analisis ini adalah setiap perusahaan atau organisasi perlu menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan di bandingkan dengan para pesaingnya. Misalnya jika kekuatan perusahaan tersebut unggul di dalam teknologinya, maka keunggulan itu dapat dimanfaatkan untuk mengisi segmen pasar yang membutuhkan tingkat teknologi dan juga kualitas yang lebih maju (Ardiyansyah & Hasanah, 2019).

*Weakness* (W) yaitu analisis kelemahan, situasi ataupun kondisi yang merupakan kelemahan dari suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Merupakan cara menganalisis kelemahan di dalam sebuah perusahaan ataupun organisasi yang menjadi kendala yang serius dalam kemajuan suatu perusahaan atau organisasi. *Opportunity* (O) yaitu analisis peluang, situasi atau kondisi yang merupakan peluang diluar suatu organisasi atau perusahaan dan memberikan peluang berkembang bagi organisasi dimasa depan. Cara ini adalah untuk mencari peluang ataupun terobosan yang memungkinkan suatu perusahaan ataupun organisasi bisa berkembang di masa yang akan datang atau masa yang akan datang.

*Threats* (T) yaitu analisis ancaman, cara menganalisis tantangan atau ancaman yang harus dihadapi oleh suatu perusahaan ataupun organisasi untuk menghadapi berbagai macam faktor lingkungan yang tidak menguntungkan pada suatu perusahaan atau organisasi yang menyebabkan kemunduran. Jika tidak segera diatasi, ancaman tersebut akan menjadi penghalang bagi suatu usaha yang bersangkutan baik di masa sekarang maupun masa yang akan datang (Luthfini Lubis, 2016).

Faktor kekuatan dan kelemahan adalah faktor yang ada didalam perusahaan atau organisasi tersebut. Sedangkan peluang dan ancaman adalah faktor eksternal yaitu faktor yang ada diluar lingkungan perusahaan tersebut. Faktor kekuatan yang ada didalam perusahaan dapat dimaksimalkan dengan faktor peluang yang ada sehingga mampu meminimalisir kelemahan perusahaan atau organisasi sehingga mampu menekan ancaman yang muncul.

Tulungagung adalah salah satu kota dengan pendiri usaha *digital printing* sangat banyak dikarenakan area banyaknya universitas, lembaga pendidikan dan perkantoran yang memiliki permintaan akan kebutuhan percetakan. Khususnya di Desa Plosokandang adanya Kampus besar IAIN Tulungagung, STKIP PGRI Tulungagung, STIKES dan lembaga lainnya di sepanjang jalan Mayor Sujadi. Kondisi tersebut tentunya memaksa perusahaan menerapkan pengelolaan yang baik agar dapat terus bertahan serta tumbuh berkembang. Penelitian ini menarik untuk diteliti karena ingin merumuskan strategi yang tepat dilihat dari lingkungan eksternal dan lingkungan internal percetakan, sehingga strategi ini nantinya dapat digunakan dan diterapkan perusahaan dalam menghadapi persaingan.

Penelitian ini dianggap penting karena peranan industri *printing* memiliki kontribusi yang besar pada perekonomian lokal. Industri *printing* merupakan industri yang berkembang dan memiliki banyak pemain dengan dilakukannya penelitian ini dapat dirumuskan

strategi apa yang dilakukan untuk menghadapi persaingan mendukung pertumbuhan perekonomian di Indonesia.

## II. METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus, instrument yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Dengan penggalan data pada pemilik usaha dan tiga karyawannya. Analisis data menggunakan data reduction, display, dan verification. Analisis SWOT dengan matrik IFAS, EFAS, IE, SPACE dan matrik SWOT (Ikhwan, 2021).

## III. TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Dari hasil observasi dan wawancara diperoleh proses pengelolaan yang dilakukan oleh percetakan Biru adalah sebagai berikut:

### *Manajemen POAC*

#### a. perencanaan

Pada tahap *planning* ini seperti yang telah dipaparkan dalam oleh George Tery yaitu kegiatan yang menentukan berbagai tujuan dan penyebab tindakan-tindakan selanjutnya. Perlu diketahui bahwa percetakan Biru adalah percetakan yang awalnya dijual oleh pemiliknya, sampai pada akhirnya dibeli oleh pemilik Biru sekarang, beliau menduga karena pengelolaan yang kurang tepat dan meningkatnya persaingan di sekitar percetakan. Setelah kepemilikan beralih namanya tetap digunakan, jadi Bu Rina sengaja tidak merubah namanya dengan rencana untuk tetap mempertahankan pelanggannya yang lama (Dakhi, 2016).

Selain itu perencanaan yang dilakukan yaitu dari segi internal dan eksternal percetakan yang terus diperbaiki, tujuan utama yang jelas untuk mengembangkan usaha dan mencari untung tanpa meninggalkan kualitas dan pelayanan dari percetakan Biru. Dari internal Biru owner memamparkan bagaimana terus berinovasi dan bagaimana terus merekrut karyawan dan dibina sampai benar-benar mandiri dan bias menjalankan pekerjaan-pekerjaan di percetakan Biru.

Dari segi eksternal sasaran utama dari percetakan Biru adalah letaknya yang strategis diantara kos-kos mahasiswa dan kampus-kampus, sehingga perencanaan dilakukan seperti siklus tahunan kampus, ketika musim libur dimanfaatkan untuk meningkatkan skill karyawan dan untuk hari efektif beroperasi semaksimal mungkin dengan pelayanan yang cepat.

Sasaran selain dari mahasiswa adalah para pekerja kantoran dan pelajar, untuk itu lebih memanfaatkan social media jadi disini perencanaan dilakukan adalah membangun *value* dari nama Biru dengan apa yang tidak bisa dilakukan oleh percetakan lain bisa dikerjakan.

#### b. Pengorganisasian

Pengorganisasian yaitu kegiatan membagi pekerjaan diantara anggota kelompok dan membuat ketentuan dalam hubungan-hubungan yang diperlukan. Dari hasil observasi

dan wawancara didalam percetakan biru ada satu orang karyawan yang memang dia sebagai koordinator atau ketua yang membina karyawan-karyawan baru dari segi *skill* dalam percetakan. Ada pembagian tugas setiap harinya dengan jadwal yang sudah ditentukan sebelumnya dalam rapat bersama (Derana, 2021).

### c. Pengarahan

Ketiga yaitu Actuating merupakan kegiatan menggerakkan anggota-anggota kelompok untuk melaksanakan pekerjaan sesuai dengan tugas masing-masing. Ternyata percetakan Biru dari hasil pengamatan peneliti memiliki rasa saling kekeluargaan yang luar biasa. Peran seorang owner atau pemimpin disini tidak hanya mempekerjakan tapi juga memotivasi dan sesekali mereka mengadakan refreshing bersama, sehingga terjalin kedekatan emosional antar karyawannya dan bosnya (Saputra & Ali, 2022).

### d. Pengawasan

Controlling yaitu untuk menyesuaikan antara pelaksanaan dan rencana-rencana yang telah ditentukan sebelumnya. Pihak pimpinan setiap hari datang ke percetakan, selalu diadakan evaluasi setiap harinya oleh karyawna dipimpin oleh salah satu karyawan yang dipercayai sebagai koordinator para karyawan lainnya . Selain itu juga membandingkan hasil pencapaian buku keuangan dan target yang direncanaan sebagai evaluasi.

### **Analisis SWOT**

Setiap perusahaan pasti memiliki strategi untuk menjalankan setiap tujuannya. Seperti halnya dalam pengertiannya strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai. Strategi bisnis mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengetatan, divestasi, likuidasi, dan usaha patungan atau *joint venture*. Strategi adalah aksi potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dalam jumlah besar. Jadi strategi adalah sebuah tindakan aksi atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau perusahaan untuk mencapai sasaran atau tujuan yang telah di tetapkan (David, 2012).

Analisis SWOT adalah analisis yang tepat untuk melihat kekuatan dari internal dan eksternal perusahaan. Dengan menentukan faktor-faktor kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang terlebih dahulu.

Identifikasi faktor-faktor strategi pengembangan percetakan Biru:

#### 1) Faktor kekuatan atau *Strength*

- a) Yaitu lokasi yang strategis dimana percetakan Biru berada di dekat kampus besar di Tulungaung, kedua diantara kampus lain dan juga perkantoran.
- b) Harga yang bersaing, banyaknya usaha yang sejenis membuat harga sudah terbentuk dengan sendirinya, sehingga membentuk harga yang berdaya saing.
- c) Sumber daya manusia yang ramah
- d) Kualitas produk yang dihasilkan karena percetakan tersebut kekuatan utama yang ditonjolkan adalah kualitasnya.
- e) Fleksibilitas layanan, karena menggunakan sistem kirim online dan dikerjakan bisa diambil sewaktu-waktu sehingga mempermudah pelanggan dan juga konfirmasi admin.

## 2) Faktor kelemahan atau *Weakness*

- a) Alat-alat dan mesin membutuhkan modal yang besar dan juga perawatan yang lumayan besar
- b) Mesin yang masih terbatas
- c) Perawatan alat produksi, karena setiap mesin membutuhkan perawatan.
- d) Transportasi khusus untuk mempermudah belanja.
- e) Tempat yang sempit, letaknya benar strategi tapi masih kurang luas untuk proses produksi sehingga menjadi salah satu kelemahan dari percetakan.

## 3) Faktor Peluang atau *Opportunities*

- a) Luasnya pangsa pasar, jumlah mahasiswa yang semakin meningkat dari tahun ke tahun menjadi peluang besar juga bagi percetakan.
- b) Banyaknya pengusaha yang bergerak dibidang yang sama menjadi peluang untuk menjadi mitra kerja saling melengkapi dan memenuhi.
- c) Memperluas tempat melihat banyaknya mahasiswa yang menjadi pelanggan setia dengan kondisi yang sempit, apalagi ketika tempat diperluas.
- d) Produk yang selalu berkembang melihat kebutuhan dan permintaan yang banyak menjadi peluang untuk terus mengembangkan produk
- e) Pola perilaku dan kebutuhan masyarakat yang semakin berkembang.

## 4) Faktor ancaman atau *Threat*

- a) Perkembangan teknologi
- b) Pesaing
- c) Mulai mahalnya bahan baku
- d) Ancaman kesehatan
- e) Dan ancaman pemodal besar.

Tabel 1. Matrik IFES

	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
<b>1</b>	<b>Kekuatan</b>			
a	Lokasi yang strategis	0.15	5	0.75
b	Harga yang bersaing	0.09	4	0.36
c	Sumber Daya Manusia yang ramah	0.15	4	0.6
d	Kualitas produk yang dihasilkan	0.15	5	0.75
e	Fleksibilitas Layanan	0.1	4	0.4
				<b>2.86</b>
<b>2</b>	<b>Kelemahan</b>			

a	Modal yang besar	0.09	4	0.36
b	Mesin yang terbatas	0.08	3	0.24
c	Perawatan alat produksi	0.08	3	0.24
d	Transportasi	0.04	1	0.04
e	Tempat yang sempit	0.07	2	0.14
				<b>1.02</b>
Jumlah		<b>1</b>		<b>3.88</b>

Sumber: Data Primer diolah, 2020

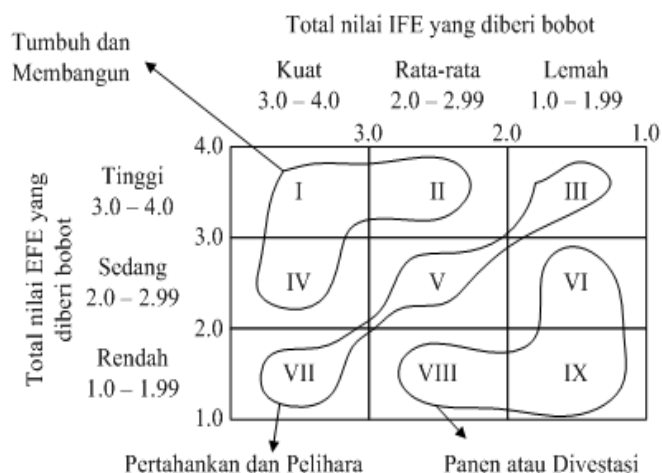
Berdasarkan pada table 1 matrik IFAS, terlihat bahwa bobot dari rating faktor strategi internal percetakan Biru pembobotan dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar faktor-faktor yang berpengaruh atau berdampak terhadap faktor stratei itu sendiri, (Suhartini, 2012). Dari faktor-faktor tersebut diperoleh skor kekuatan 2,86 dan jumlah kelemahan sebesar 1,02. Tujuan dari rating ini yaitu untuk memberikan skala mulai dari 5 sampai 1 berdasarkan faktor tersebut terhadap pengembangan dari percetakan Biru.

**Tabel 2. Hasil matrik EFAS**

	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
<b>1</b>	<b>Peluang</b>			
a	Luasnya pangsa pasar	0.15	5	0.75
b	Mitra Sebidang	0.09	3	0.27
c	Membuka cabang	0.08	5	0.4
d	Inovasi Produk baru	0.08	4	0.32
e	Kebutuhan masyarakat yang selalu berkembang	0.08	4	0.32
				<b>2.06</b>
<b>2</b>	<b>Ancaman</b>			
a	Perkembangan teknologi	0.09	3	0.18
b	Munculnya para pesaing baru	0.08	3	0.24
c	Mahalnya bahan baku	0.08	3	0.24
d	Ancaman pandemi	0.09	5	0.45
e	Kompetitor pemodal besar	0.07	3	0.21
				<b>1.32</b>
Jumlah		<b>1</b>		<b>3.38</b>

Sumber: Data Primer diolah, 2020

**Matrik IE**

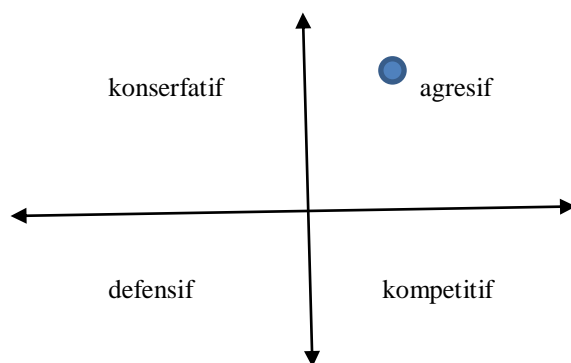


**Gambar 1.** Matrik IE (Sumber: Data Primer diolah, 2020)

Nilai IFAS da EFAS yaitu sama 3,88 sehingga diperoleh posisi matrik pada kuadran 1 yaitu kuat. Perusahaan sedang berada di Tumbuh dan membangun. Posisi ini menjadi posisi yang menguntungkan untuk percetakan Biru karena tinggal memaksimalkan apa yang ada untuk berkembang dan menjadi lebih baik.

**Matrik SPACE**

Matrik SPACE digunakan untuk menentukan langkah selanjutnya perusahaan.



**Gambar 2.** Matrik SPACE (Sumber: Data Primer diolah, 2020)

Dari hasil matrik SPACE Perusahaan sedang berada dalam kondisi agresif yaitu yang dapat dilakukan dengan ntegrasi kebelakang, integrasi ke depan, integrasi horizontal, penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk.

Tabel 3. Matrik SWOT

IFAS  EFAS	<b>S</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Lokasi yang strategis</li> <li>o Harga yang besaing</li> <li>o Sumber Daya Manusia yang ramah</li> <li>o Kualitas produk yang dihasilkan</li> <li>o Fleksibelitas Layanan</li> </ul>	<b>W</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Modal yang besar</li> <li>o Mesin yang masih terbatas</li> <li>o Perawatan alat produksi</li> <li>o Transportasi</li> <li>o Tempat yang sempit</li> </ul>
<b>O</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Luasnya pangsa pasar</li> <li>o Mitra kompetisi</li> <li>o Perluas usaha</li> <li>o Produk yang berkembang</li> <li>o Pola perilaku dan kebutuhan Masyarakat yang semakin berkembang</li> </ul>	<b>SO</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Menambah jumlah variasi produk yang ditawarkan.</li> <li>b. memperluas pangsa pasar.</li> <li>c. membuat harga yang terjangkau.</li> <li>d. Memberikan diskon khusus pada jumlah pembelian tertentu terutama bagi pelanggan tetap</li> </ol>	<b>WO</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Meningkatkan efisiensi biaya.</li> <li>b. mengajukan kredit kepada bank untuk menambah modal usaha Bekerjasama dengan teknisi alat produksi.</li> <li>c. Perlu menciptakan focus bisnis dengan kepemilikan inovasi produk yang semakin inovatif.</li> </ol>
<b>T</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Perkembangan teknologi</li> <li>o Munculnya pesaing</li> <li>o Mahalnya bahan baku</li> <li>o Ancaman kesehatan</li> <li>o Ancaman pemodal luar</li> </ul>	<b>ST</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Mengembangkan daya saing.</li> <li>b. Meningkatkan pelayanan kepada pelanggan.</li> </ol>	<b>WT</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Seleksi jasa pengangkutan yang digunakan.</li> <li>b. Perhatian kenyamanan.</li> <li>c. Seleksi kualitas karyawan guna meningkatkan</li> </ol>

Sumber: Data Primer diolah, 2020

Tabel 4. Nilai matrik SWOT

IFAS/IFAS	S (2.86)	W (1.02)
O (2.06)	4.92	3.08
T (1.32)	4.18	2.34

Sumber: Data Primer diolah, 2020

Nilai tertinggi ada di strategi SO, dimana mengutamakan strategi alternative memaksimalkan kekuatan dengan peluang yang ada dengan menambah jumlah variasi produk, memperlus pangsa pasar, membuat harga terjangkau dan memberi diskon.

#### IV. KESIMPULAN

Upaya pengelolaan dalam mengembangkan usaha percetakan Biru dilaksanakan dengan empat fungsi manajemen yaitu POAC, mulai dari perencanaan internal dan eksternal, pembagian tugas, pengarahan dari owner dan pengawasannya. Hasil matrik IFES menunjukkan sebesar 3.88 dan EFAS 3.88, dengan peniain tertinggi pada strategi SO yaitu memaksimalkan kekuatan untuk menangkap peluang yang ada yaitu lebih

berinovasi dengan produk, memperluas pangsa pasar, dan membuat harga terjangkau atau diskon. Percetakan Biru berada pada posisi kuadran 1 yang artinya sedang tumbuh dan membangun.

## V. DAFTAR REFERENSI

- [1] Abdullah, T., & Tantri, F. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali press.
- [2] Angelina, O. C., & Panggabean, R. (2012). Eksplorasi Dan Aplikasi Ragam Hias Batak Dengan Teknik Digital Printing. *Craft*, 1(1).
- [3] Ardiyansyah, R., & Hasanah, N. (2019). Analisis Kebijakan, Strategi dan Analisis SWOT Pengelolaan Usaha Rumput Laut Nelayan Daerah Pesisir Pantai Amal Kota Tarakan. *Jurnal Metris*, 19(2), 131–138.
- [4] Dakhi, Y. (2016). Implementasi Poac Terhadap Kegiatan Organisasi Dalam Mencapai Tujuan Tertentu. *Jurnal Warta Dharmawangsa*, (10).
- [5] David, F. R. (2012). *Manajemen Strategis Konsep*. Jakarta: Salemba Empat.
- [6] Derana, S. (2021). Application of POAC on Community-Based Urban Groundwater Management. *Journal of Management and Business Environment (JMBE)*, 2(2).
- [7] Herujito, Y. M. (2001). *Dasar-Dasar Manajemen*. Bogor: Grasindo.
- [8] Ikhwan, A. (2021). *Metode Penelitian Dasar (Menenal Model Penelitian dan Sistemikanya)*. Tulungagung: STAI Muhammadiyah Tulungagung.
- [9] Ikhwan, A. (2022). *Manajemen Lembaga Pendidikan Islam*. Ponorogo: NAJAH.
- [10] Ingkiriwang, V. (2015). Penerapan Konsep Sunk Cost Terhadap Keputusan Pembelian Aktiva Tetap Pada Toko Digital Printing. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(4).
- [11] Luthfini Lubis, A. (2016). Analisa SWOT Sebagai Acuan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan. *Journal Industrial Servicess*, 2(1).
- [12] Margomo, K. (2018). Formulasi Strategi Bersaing Perusahaan Digital Printing. *AGORA*, 6(2).
- [13] Rangkuti, F. (2013). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- [14] Rangkuti, F. (2018). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- [15] Remawati, D. (2013). Perencanaan Strategis Sistem Informasi Penjualan Jasa Pada CV. XYZ Dengan Metode Analisa SWOT. *Jurnal Ilmiah SINUS*, 11(1).
- [16] Saputra, F., & Ali, H. (2022). Penerapan Manajemen Poac: Pemulihan Ekonomi Serta Ketahanan Nasional Pada Masa Pandemi Covid-19 (Literature Review Manajemen Poac). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(3).
- [17] Siagian, S. P. (2012). *Manajemen Strategik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.