

Analisis SWOT Bisnis Garmen Aftur Company

Ferdinan Harry Gunawan, Fajri Ashfi Rayhan.

¹Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta

Email Korespondensi: fajri.ar@upnvj.ac.id

Abstrak Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) dari Aftur Company, sebuah perusahaan garmen yang didirikan oleh tiga siswa SMA pada tahun 2018. Melalui pendekatan analisis SWOT, penelitian ini mengidentifikasi berbagai faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja dan pertumbuhan perusahaan. Kekuatan utama Aftur Company meliputi pengalaman pendiri dalam industri garmen, struktur organisasi yang efisien, dan upaya digitalisasi yang efektif. Kelemahan yang diidentifikasi mencakup tantangan dalam memperluas pasar dan ketergantungan pada pendanaan eksternal. Peluang signifikan berasal dari pertumbuhan industri tekstil dan garmen, serta digitalisasi yang membuka akses pasar global. Namun, ancaman dari kompetisi yang ketat dan fluktuasi pasar tetap menjadi tantangan utama. Partisipasi dalam program capital funding Inkubiz memberikan Aftur Company dana untuk memperoleh sertifikasi ISO, meningkatkan kapasitas produksi, dan mengembangkan infrastruktur digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan yang tepat dapat meningkatkan revenue kotor bulanan dari Rp9.000.000 pada awal berdiri menjadi Rp37.000.000 pada tahun 2023. Penelitian ini memberikan wawasan tentang pentingnya inovasi dan adaptasi terhadap perubahan pasar dan teknologi dalam memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Industri Garmen, Digitalisasi, Pertumbuhan Bisnis, *Capital funding*.

¹ . Pendahuluan

Di era modern ini khususnya di Indonesia yang merupakan salah satu negara paling konsumtif, hampir semua organisasi ingin memiliki identitas, identitas yang dapat membedakan organisasinya dengan organisasi serupa yang lain, biasanya mereka membuat pakaian yang dapat digunakan Bersama sama dan seragam agar menunjukkan jati diri mereka. Di sini, Aftur Company dapat melihat bahwa terdapat mayoritas calon pembeli tidak dapat menentukan jenis pakaian yang akan dibeli, karena minimnya informasi tersebut, dapat menimbulkan ketidak puasan kepada pelanggan, Aftur Company merupakan Vendor pakaian yang bergerak sejak tahun 2017 dan memproduksi berbagai jenis kebutuhan pakaian, seperti kaos, kemeja, topi, jaket, dan lain sebagainya. Seperti yang kita tahu, pelanggan juga dapat mendapatkan kebutuhan ini secara lebih mudah dengan pergi ke pasar konvensional, atau pusat perbelanjaan. Namun di sini Aftur sebagai vendor Pakaian Garment dapat menawarkan harga yang murah, dengan minimal pemesanan yang terbilang kecil. Dan juga dapat melakukan kustomisasi bebas menyesuaikan dengan kemauan pelanggan.

Aftur Company mulai melakukan reset mengenai peluang pasar mulai dari tahun 2017, di sini kita melihat peluang yang mana pasar dalam industri garmen ini merupakan pasar yang pasti meningkat setiap tahunnya, dikutip dari Direktur Industri Tekstil, Kulit, dan Alas Kaki Kemenperin Elis Masitoh mencatat volume produksi industri pakaian jadi dapat tumbuh 10,44% secara tahunan pada kuartal I-2022. Namun demikian, Elis menilai volume permintaan industri pakaian jadi pada Ramadan 2022 baru sekitar 70% - 75%. Industri Tekstil merupakan industri yang masiv di Indonesia, khusus nya beberapa waktu kebelakangan ini. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), pada 3 bulan pertama tahun ini produksi industri pakaian jadi tumbuh sebesar 29,19% secara tahunan. Adapun, secara quarter to quarter (q-t-q), sektor ini tumbuh sebesar 8,79%, kedua tertinggi setelah industri furnitur. Namun usaha garmen dan konveksi khusus nya untuk yang bersekala UMKM mayoritas masih menjalankan usaha nya secara konvensional, hal itu berkebalikan dengan kondisi yang kita hadapi sekarang, yakni modernisasi. Hampir semua hal dapat diakses melalui internet. Hal ini tidak berlaku kepada beberapa pengusaha konveksi garmen di Indonesia. Kebutuhan yang tinggi dan meningkat di setiap tahunnya, dan diiringi dengan ketidaktahuan calon customer dalam produk yang akan dibelinya dapat menjadi halangan dalam terjadinya sebuah transaksi jual beli. Mengubah informasi analog menjadi digital, mengubah tugas atau proses analog, atau menggunakan kertas tradisional menjadi format digital sehingga komputer dapat mengakses, menyimpan, dan memindahkan informasi disebut digitisasi. Berdasarkan kedua referensi ini, dapat disimpulkan bahwa digitisasi adalah tindakan mengubah informasi, tugas, atau proses analog menjadi digital. (Verhoef, 2021)

Aftur Company yang telah berjalan sejak tahun 2018 memperkirakan bahwa 73% dari calon customer masih belum memiliki pengetahuan yang cukup mulai dari bahan, material, dan waktu pengerjaan. Dan di sini Aftur Company tidak hanya sebagai penyedia, namun kami juga siap untuk memberikan pengetahuan dasar mengenai produk yang dibutuhkan. Digitalisasi memungkinkan konveksi garmen untuk memiliki kehadiran online melalui website, media sosial, dan platform e-commerce. Hal ini membuka peluang untuk memperluas jangkauan pasar, menjangkau pelanggan potensial secara global, dan meningkatkan penjualan. Dengan digitalisasi, konveksi garmen dapat memperluas kemampuan mereka untuk menawarkan produk yang dipersonalisasi. Pelanggan dapat memberikan spesifikasi khusus untuk produk yang mereka inginkan, dan konveksi dapat memanfaatkan teknologi digital untuk menghasilkan produk sesuai dengan permintaan tersebut. Inilah hal yang telah kami lakukan 2 tahun terakhir..

1.1. Gambaran Usaha

Aftur company awalnya didirikan pada tahun 2018 di saat kami masih duduk di bangku SMA, Ya Aftur company didirikan oleh 3 siswa SMA pada saat itu, pertama kami



mendiskusikan tentang belajar untuk menghasilkan uang kami sendiri dan menjalankan sebuah usaha. Di sini kami terpikirkan untuk membuat bisnis garmen konveksi dikarenakan salah satu dari kami memiliki background usaha keluarga di bidang tersebut, jadi kami bisa mempelajarinya seiring berjalannya waktu. Aftur mendapatkan kepercayaan lama nya tidak lama setelah dibentuk, kami menawarkan jasa pembuatan jaket Angkatan di saat itu, berjumlah 300 pcs dan itu merupakan proyek pertama kami, Setelah selesai. Jaket Angkatan itu direspon dengan sangat baik dan tidak mendapatkan komplek satu pun, mulai dari situ kami terus mendapatkan beberapa pesanan di ukuran sekolah, Kami langsung membuat struktur kerja utama agar bisa kerja sesuai tugas dan arahan sehingga dapat mempersingkat waktu dan memaksimalkan hasil kerja. 3 bagian utama yakni, bagian produksi yang dipimpin oleh Fadhal, kemudian ada bagian keuangan yang dipimpin oleh Ragil dan Pemasaran yang dipimpin oleh Ferdinan, setelah adanya 3 bagian ini. Dapat dirasakan lebih terstruktur dan sesuai dengan tugasnya. Barulah di tahun 2020 kami menambah 1 bagian lagi yakni, Business Development, yang dipimpin oleh Reisha untuk mengembangkan kualitas dan sumber daya yang dimiliki oleh Aftur Company.

Gambar 1. Alamat usaha dan Kantor *Aftur Company*

Bagian produksi, selain mengawasi kegiatan produksi, juga melakukan riset dalam peningkatan mutu dan layanan produk terkait. Tim ini rutin melakukan kegiatan studi banding untuk menguji jenis material yang pastinya berkembang di setiap waktunya, kami juga harus mengikuti perkembangan zaman agar terus sesuai dan menjadi yang terdepan.

1.2 Latar Belakang

Industri tekstil dan garmen telah menjadi salah satu sektor yang strategis dalam perekonomian Indonesia. Dengan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja, sektor ini menawarkan potensi besar bagi pertumbuhan ekonomi nasional. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), produksi industri pakaian jadi mencatat pertumbuhan sebesar 29,19% secara tahunan pada kuartal pertama tahun 2022. Selain itu, tren konsumsi tekstil domestik terus meningkat, didorong oleh populasi yang besar dan tingkat konsumsi masyarakat yang tinggi. Namun, tantangan dalam sektor ini tidak dapat diabaikan. Kompetisi yang semakin ketat, baik di tingkat domestik maupun internasional, menjadi ujian bagi keberlanjutan bisnis, khususnya bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Di sisi lain, digitalisasi telah mengubah lanskap bisnis secara menyeluruh, termasuk di sektor tekstil dan garmen. Digitalisasi memungkinkan perusahaan untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta menyediakan layanan yang lebih personal kepada pelanggan. Meski demikian, adopsi digitalisasi di kalangan UMKM masih menjadi tantangan besar, terutama karena keterbatasan sumber daya dan pengetahuan. Menurut Verhoef (2021), digitalisasi bukan hanya soal mengadopsi teknologi baru, tetapi juga tentang perubahan mendasar dalam cara perusahaan beroperasi dan berinteraksi dengan pasar.

Aftur Company, sebagai salah satu pelaku usaha di sektor garmen, melihat peluang besar dalam memanfaatkan digitalisasi untuk meningkatkan daya saingnya. Namun, seperti UMKM lainnya, Aftur Company juga menghadapi berbagai tantangan, termasuk ketergantungan pada pasar lokal, kebutuhan akan pendanaan eksternal, serta tekanan dari kompetisi yang semakin ketat. Selain itu, pengetahuan konsumen terhadap bahan dan proses produksi masih rendah, sehingga diperlukan edukasi pasar sebagai bagian dari strategi pemasaran. Dalam konteks inilah penelitian ini dilakukan, untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja perusahaan, serta mengeksplorasi strategi yang dapat diimplementasikan untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis.

Seiring dengan pertumbuhan signifikan industri tekstil dan garmen di Indonesia, tantangan seperti keterbatasan adopsi teknologi digital dan persaingan yang semakin ketat menjadi hambatan bagi pelaku usaha, khususnya UMKM seperti Aftur Company. Kondisi ini menimbulkan sejumlah pertanyaan strategis, di antaranya bagaimana perusahaan dapat

memanfaatkan kekuatan internal untuk menghadapi tantangan eksternal, serta bagaimana digitalisasi dapat menjadi katalisator dalam memperluas pasar dan meningkatkan daya saing. Untuk menjawab tantangan ini, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) yang dihadapi Aftur Company, mengeksplorasi penerapan strategi digitalisasi, dan memberikan rekomendasi strategis bagi keberlanjutan dan pertumbuhan perusahaan.

2. Metode

Dalam melakukan penelitian ini, penulis melakukan beberapa cara yang termasuk dalam pengumpulan data kualitatif, dengan usaha yang telah berjalan. Data dapat diambil dengan cara melakukan pendekatan kualitatif dengan data primer yang dilakukan melalui wawancara, observasi dan juga dokumentasi secara langsung. Usaha Aftur Company yang telah berjalan 4 Tahun lebih memiliki beberapa pekerja yang dapat ditanyakan jalannya usaha ini secara langsung, sehingga kami dapat melanjutkan penelitian dengan lebih lanjut. Menurut (Sugiyono, 2018) Penelitian kualitatif adalah pendekatan penelitian yang berbasis filsafat yang digunakan untuk menyelidiki situasi ilmiah (eksperimen). Pendekatan ini menggunakan instrumen, pengumpulan data, dan analisis kualitatif untuk menekankan makna. Proses pengumpulan data, analisis, interpretasi, dan penulisan laporan dilakukan dengan cara yang berbeda dari metode kuantitatif tradisional. Metode kualitatif memberikan informasi melalui pengambilan sampel secara sengaja, pengumpulan data terbuka, analisis teks atau gambar, visualisasi informasi dalam tabel dan gambar, dan interpretasi pribadi dari hasil.

3. Hasil dan Pembahasan

Kesimpulan dari analisis SWOT terhadap Aftur Company menunjukkan bahwa perusahaan ini memiliki sejumlah kekuatan signifikan, termasuk pengalaman mendalam dalam industri garmen, struktur organisasi yang efisien, kualitas produk yang tinggi, dan kemampuan untuk beradaptasi dengan digitalisasi. Pertumbuhan yang stabil dalam media sosial dan peningkatan pendapatan bulanan juga mencerminkan keberhasilan dalam strategi pemasaran dan ekspansi.

Namun, Aftur Company juga menghadapi beberapa kelemahan, seperti ketergantungan awal pada pasar lokal, tantangan dalam pendanaan untuk pengembangan lebih lanjut, dan kerentanan terhadap gangguan eksternal seperti pandemi Covid-19. Tantangan operasional dalam menjaga kualitas dan efisiensi produksi juga perlu diperhatikan. Peluang besar terletak pada pertumbuhan industri tekstil dan garmen, dengan permintaan yang terus meningkat dan peluang

ekspansi melalui digitalisasi dan e-commerce. Kemampuan untuk menawarkan produk yang dipersonalisasi, serta peluang kolaborasi dan networking melalui event venture capital dan program magang, memberikan Aftur Company potensi untuk lebih berkembang dan memperkuat posisinya di pasar.

Namun, ancaman dari kompetisi yang ketat, fluktuasi ekonomi, dan perubahan teknologi dan regulasi memerlukan perhatian khusus. Aftur Company harus terus berinovasi dan beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar dan teknologi untuk tetap kompetitif. Secara keseluruhan, dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada serta mengatasi kelemahan dan ancaman, Aftur Company memiliki potensi untuk terus tumbuh dan mengokohkan posisinya sebagai pemain utama di industri garmen. Fokus pada digitalisasi dan modernisasi akan menjadi kunci dalam mencapai keberhasilan jangka panjang. Partisipasi dalam Program Inkubiz dan Penggunaan Dana. Dalam rangka mempercepat pertumbuhan dan memperkuat fondasi bisnis, Aftur Company mengikuti program Inkubiz dengan skema akselerasi bisnis. Dana yang diterima dari program ini telah digunakan untuk sejumlah proyek strategis, termasuk pembuatan sertifikasi ISO 9001, 45001, dan 14001. Sertifikasi ISO 9001 memastikan bahwa sistem manajemen mutu Aftur Company memenuhi standar internasional, meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan. ISO 45001 berfokus pada kesehatan dan keselamatan kerja, menciptakan lingkungan kerja yang aman dan meningkatkan produktivitas karyawan. ISO 14001 menggarisbawahi komitmen Aftur Company terhadap pengelolaan lingkungan yang bertanggung jawab, yang menjadi daya tarik tambahan bagi pelanggan yang peduli terhadap keberlanjutan.

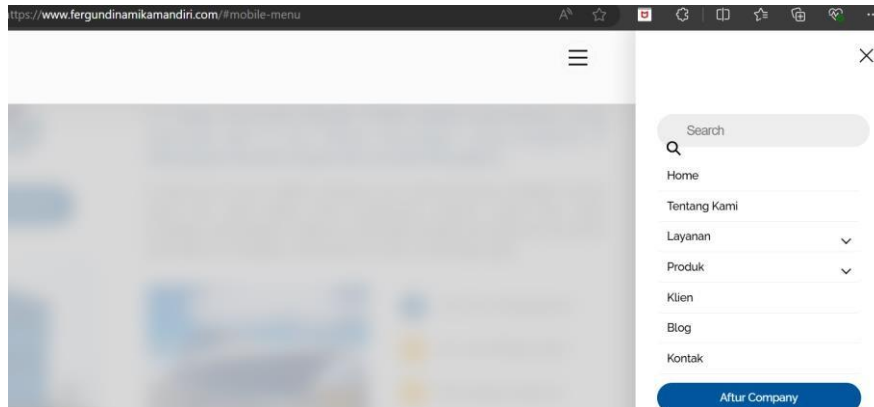


Gambar 2. Sertifikat ISO Usaha

Selain sertifikasi, dana juga digunakan untuk membeli dua mesin sablon baru, meningkatkan kapasitas produksi, dan memungkinkan perusahaan untuk memenuhi permintaan pasar dengan lebih efisien. Investasi dalam teknologi produksi ini memungkinkan Aftur Company untuk memperluas jangkauan produknya dan meningkatkan kualitas serta kecepatan produksi.

Pengembangan Infrastruktur Digital

Sebagai bagian dari strategi digitalisasi, Aftur Company menggunakan sebagian dana untuk membeli domain dan mengembangkan website perusahaan. Website yang profesional dan user-friendly meningkatkan visibilitas online, memungkinkan pelanggan untuk mengakses informasi produk dan layanan dengan mudah, serta membuka peluang untuk integrasi e-commerce. Dengan adanya website ini, pelanggan dapat melakukan pemesanan secara online, meningkatkan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi.



Gambar 3. Website Usaha *Aftur Company*

3.1 Strengths (Kekuatan)

Aftur Company memiliki beberapa kekuatan utama, termasuk pengalaman dan keahlian yang mendalam dari pendiri yang memiliki latar belakang keluarga di industri garmen. Struktur organisasi yang jelas dan efisien, dengan peran dan tanggung jawab yang terdefinisi dengan baik di bidang produksi, keuangan, pemasaran, dan pengembangan bisnis, memungkinkan operasional yang lebih teratur. Kualitas produk yang tinggi terbukti dari proyek pertama yang sukses tanpa keluhan, serta komitmen pada riset dan peningkatan mutu. Pertumbuhan signifikan dalam pengikut media sosial dari 250 menjadi 5000 dan peningkatan revenue bulanan dari Rp9.000.000 menjadi Rp37.000.000 mencerminkan ekspansi yang sukses. Selain itu, upaya digitalisasi seperti penggunaan media sosial dan e-commerce, pendidikan pelanggan tentang produk, dan inovasi dalam metode pembayaran menunjukkan adaptasi yang kuat terhadap modernisasi bisnis.

3.2 Weaknesses (Kelemahan)

Namun, Aftur Company juga menghadapi beberapa kelemahan. Ketergantungan awal pada pasar lokal dan jaringan kenalan membatasi kemampuan untuk memperluas pasar dengan cepat. Meskipun telah ada peningkatan, strategi yang lebih agresif diperlukan untuk menembus

pasar yang lebih luas. Kurangnya anggaran untuk pengembangan program dan ketergantungan pada pendanaan eksternal seperti venture capital menimbulkan risiko keberlanjutan proyek jika dana tidak tersedia. Tantangan operasional termasuk penurunan pendapatan selama pandemi Covid-19 menunjukkan kerentanan terhadap gangguan eksternal, serta kebutuhan untuk menjaga kualitas dan efisiensi produksi seiring pertumbuhan bisnis yang memerlukan investasi dalam teknologi dan pelatihan. Dengan terlihatnya masalah ini diharapkan Aftur Company dapat hadir selanjutnya dengan pengembangan yang dapat mengatasi beberapa masalah ini.

3.3 Opportunities (Peluang)

Aftur Company memiliki peluang besar dalam pertumbuhan pasar tekstil dan garmen yang terus meningkat. Pertumbuhan volume produksi pakaian jadi sebesar 29,19% secara tahunan menunjukkan adanya permintaan tinggi, terutama selama periode musiman seperti Ramadan. Digitalisasi dan e-commerce membuka peluang untuk ekspansi pasar global, memungkinkan akses ke pelanggan baru melalui website, media sosial, dan platform e-commerce. Kemampuan menawarkan produk yang dipersonalisasi sesuai spesifikasi pelanggan meningkatkan nilai tambah dan kepuasan pelanggan. Kolaborasi dan networking melalui event venture capital dan start-up incubator menyediakan kesempatan untuk mengembangkan jaringan, memperoleh dana, dan bimbingan. Program magang dan inisiatif edukasi juga meningkatkan kesadaran brand dan memberikan edukasi kepada masyarakat. Fokus pada pembaruan model bisnis yang adaptif terhadap perubahan pasar dan teknologi serta investasi dalam teknologi produksi modern dapat meningkatkan efisiensi dan kualitas produk.

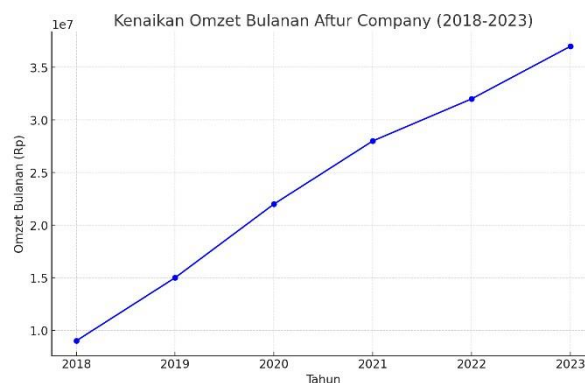
3.4 Threats (Ancaman)

Di sisi lain, Aftur Company menghadapi ancaman dari kompetisi yang ketat, terutama dari UMKM di industri garmen dan konveksi yang masih menjalankan bisnis secara konvensional. Persaingan dengan banyaknya pesaing yang terus berinovasi merupakan tantangan untuk tetap unggul. Fluktuasi ekonomi dan pasar, seperti yang terlihat dari dampak pandemi Covid-19, dapat mempengaruhi bisnis secara negatif, sementara permintaan pasar yang berfluktuasi dapat berdampak pada pendapatan dan produksi. Adaptasi terhadap perubahan teknologi dan tren mode yang cepat serta kebutuhan untuk terus berinovasi agar tidak tertinggal dalam kompetisi juga menjadi tantangan. Selain itu, perubahan regulasi dan kebijakan pemerintah

dapat mempengaruhi operasional bisnis, dan kebutuhan untuk mematuhi standar industri yang terus berkembang memerlukan investasi dalam pelatihan dan teknologi.

Tabel 1. Kenaikan Pemasukan bulanan rata-rata Aftur Company

Tahun	Rata-rata Pemasukan Bulanan
2018	Rp7,000,000
2019	Rp9,000,000
2020	Rp12,000,000
2020	Rp18,000,000
2021	Rp19,000,000
2022	Rp17,000,000
2023	Rp23,000,000



Gambar 4. Grafik Kenaikan Pemasukan Aftur Company

4. Kesimpulan

Kesimpulan dari analisis SWOT terhadap Aftur Company menunjukkan bahwa perusahaan ini memiliki sejumlah kekuatan signifikan, termasuk pengalaman mendalam dalam industri garmen, struktur organisasi yang efisien, kualitas produk yang tinggi, dan kemampuan untuk beradaptasi dengan digitalisasi. Pertumbuhan yang stabil dalam media sosial dan peningkatan pendapatan bulanan juga mencerminkan keberhasilan dalam strategi pemasaran dan ekspansi.

Namun, Aftur Company juga menghadapi beberapa kelemahan, seperti ketergantungan awal pada pasar lokal, tantangan dalam pendanaan untuk pengembangan lebih lanjut, dan kerentanan terhadap gangguan eksternal seperti pandemi Covid-19. Tantangan operasional dalam menjaga kualitas dan efisiensi produksi juga perlu diperhatikan. Peluang besar terletak pada pertumbuhan industri tekstil dan garmen, dengan permintaan yang terus meningkat dan peluang

ekspansi melalui digitalisasi dan e-commerce. Kemampuan untuk menawarkan produk yang dipersonalisasi, serta peluang kolaborasi dan networking melalui event venture capital dan program magang, memberikan Aftur Company potensi untuk lebih berkembang dan memperkuat posisinya di pasar.

Namun, ancaman dari kompetisi yang ketat, fluktuasi ekonomi, dan perubahan teknologi dan regulasi memerlukan perhatian khusus. Aftur Company harus terus berinovasi dan beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar dan teknologi untuk tetap kompetitif. Secara keseluruhan, dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada serta mengatasi kelemahan dan ancaman, Aftur Company memiliki potensi untuk terus tumbuh dan mengokohkan posisinya sebagai pemain utama di industri garmen. Fokus pada digitalisasi dan modernisasi akan menjadi kunci dalam mencapai keberhasilan jangka panjang.

4.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

1. Melakukan studi tentang efektivitas digitalisasi terhadap peningkatan loyalitas pelanggan pada industri garmen.
2. Mengembangkan model bisnis adaptif yang dapat menghadapi perubahan tren teknologi dan pasar.
3. Penelitian komparatif antara strategi digitalisasi pada UMKM dengan perusahaan besar dalam industri yang sama.
4. Studi longitudinal untuk mengukur dampak program inkubator bisnis terhadap keberlanjutan UMKM dalam jangka panjang.

Ucapan Terima Kasih

Rasa terima kasih saya sampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Pembangunan Veteran Jakarta, yang telah mengadakan sebuah *capital funding* yang dapat membantu usaha-usaha kecil seluruh kema UPNVJ untuk dapat berkembang dan dapat bersaing dengan usaha yang lebih besar di luar sana, Terima kasih juga saya sampaikan kepada Keluarga dan saudara-saudara Teknik Perkapalan UPNVJ yang telah membantu saya dalam penelitian kali ini, dan diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi munculnya usaha-usaha baru yang lahir dari kema UPNVJ di masa depan.

Daftar Isi

Ardiansyah, T. (2019). MODEL FINANCIAL DAN TEKNOLOGI (FINTECH) MEMBANTU PERMASALAHAN MODAL WIRAUSAHA UMKM DI INDONESIA. *MODEL FINANCIAL DAN TEKNOLOGI (FINTECH) MEMBANTU PERMASALAHAN MODAL WIRAUSAHA UMKM DI INDONESIA*, 1.

Danusaputro., E. (2024, Januari 23). www.ojk.go.id/id/x. Diambil kembali dari Otoritas Jasa Keuangan:

<https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Peluncuran-Roadmap-Pengembangan-dan-Penguatan-Perusahaan-Modal-Ventura-2024-2028.aspx>

KEMENKOP UMKM. (2024, Februari). *Bisnis Layak Funding, Program Pendanaan Usaha Milyaran*

Rupiah untuk UMKM. Diambil kembali dari UMKM INDONESIA: <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-program/bisnis-layak-funding-program-pendanaan-usaha-milyaran-rupiah-untuk-umkm>

Pearce, J. A. (1997). *Manajemen Strategik: Formulasi, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Binarupa Aksara.

Rachmat. (2014). *Manajemen Strategik*. Bandung: CV Pustaka Setia.

Siagian, S. P. (2005). *Manajemen stratejik*. Jakarta: Bumi Aksara.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Verhoef, P. C. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research*.