



ANILISIS SWOT DALAM MENGEMBANGKAN STRATEGI BISNIS WIRUSAHA PADA RUMAH MAKAN DELIMA DESA KUALA DUA

Deviansyah*¹, Sukma Ayu², Najwa Rani³, Ahmad Syaifullah⁴, Abdul Pandi⁵

^{1,2,3,4,5}Sekolah Tinggi Ilmu Tarbiyah Darul Ulum Kubu Raya

*Corresponding E-mail: panggildev@gmail.com

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel: (Diisi Editor)

Diterima: 10 Januari 2025

Direvisi: 20 Januari 2025

Disetujui: 30 Januari 2025

Tersedia Daring: 30 Januari 2025

Kata Kunci: Analisis SWOT, Bisnis Kuliner, Matriks SWOT

ABSTRAK

Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats) sudah menjadi strategi umum dalam pengembangan bisnis khususnya di industri kuliner. Warung Makan Asyik Desa Balunijuk merupakan salah satu usaha di bidang kuliner yang menggunakan analisis SWOT untuk mengembangkan strategi bisnisnya. Sebagai bagian dari penelitian ini, analisis SWOT dilakukan untuk mengetahui posisi Warung Makan Asyik Desa Balunijuk dalam industri kuliner dan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang terkait dengan bisnisnya. Berdasarkan hasil analisis SWOT, Warung Makan Asyik tersebut bisa semakin berkembang, namun diperlukan kombinasi dari analisis SWOT, seperti menerapkan strategi SO, salah satu contohnya mengadakan event-event lokal dengan memanfaatkan tempat duduk yang banyak; strategi WO, salah satu contohnya meningkatkan pengelolaan keuangan dengan menggunakan event lokal sebagai sarana promosi; strategi ST, salah satunya mempertahankan harga terjangkau dan bahan segar untuk menghadapi persaingan; dan strategi WT, seperti meningkatkan inovasi menu untuk tetap kompetitif di tengah persaingan, dan sebagainya

ABSTRACT

Keywords:
SWOT Analysis; Culinary Business; SWOT Matrix

SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats) analysis has become a common strategy in business development, especially in the culinary industry. Warung Makan Fun Balunijuk Village is one of the businesses in the culinary sector that uses SWOT analysis to develop its business strategy. As part of this research, a SWOT analysis was carried out to determine the position of Warung Makan Fun Balunijuk Village in the culinary industry and identify strengths, weaknesses, opportunities and threats related to its business. Based on the results of the SWOT analysis, Warung Makan Fun can continue to develop, but it requires a combination of SWOT analysis, such as implementing SO strategies, one example of which is holding local events by utilizing lots of seating; WO strategy, one example of which is improving financial management by using local events as a promotional tool; ST's strategy, one of which is maintaining affordable prices and fresh ingredients to face competition; and WT strategies, such as increasing menu innovation to remain competitive amidst competition, and so on



1. Pendahuluan

Bisnis kuliner merupakan sebuah bisnis yang pastinya sudah sering kita jumpai di manapun. Makanan sudah menjadi hal yang wajib untuk di konsumsi oleh setiap orang. Dari tiga pokok kebutuhan manusia yakni sandang, pangan, dan papan, salah satunya terdapat makanan sehingga tentu hal yang berkaitan dengan makanan akan senaantiasa terus dicari oleh manusia. Baik usaha besar seperti cafe atau restoran besar maupun usaha yang kecil seperti pedagang kecil dan warung makan, bisnis kuliner tetap akan memenuhi kebutuhan orang, yang dapat dijadikan sebagai tempat untuk beristirahat, menikmati hidangan makanan dan minuman sebelum melanjutkan aktivitas lainnya. Bisnis kuliner pun menjadi semakin berkembang dan meningkat pesat, terutama di Provinsi Kalimantan Barat. Namun yang dinamakan dengan dunia bisnis itu pasti ada kata persaingan di dalamnya. Dengan kata lain, persaingan dalam berbisnis terjadi ketika satu pebisnis dengan pebisnis lainnya yang memang tidak bisa dihindarkan. Maka dari itu, dalam era bisnis yang sangat dinamis dan kompetitif, perusahaan harus mempunyai strategi yang efektif untuk meningkatkan daya saing dan meningkatkan kinerja.

Salah satu metode dalam menyusun strategi bisnis adalah analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*). Analisis SWOT adalah proses mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk menentukan formulasi yang tepat dan implementasi strategi bisnis yang optimal. Pengembangan bisnis yang efektif dan efisien memerlukan strategi yang tepat dan analisis yang cermat. Dalam industri restoran, analisis SWOT (Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman) telah menjadi strategi populer untuk meningkatkan keunggulan kompetitif dan mengatasi ancaman terkait bisnis. Penerapan analisis SWOT dalam pengembangan strategi bisnis membantu perusahaan untuk merancang rencana yang realistis dan terfokus. Ini juga memungkinkan pengambil keputusan untuk mengalokasikan sumber daya secara efektif dan mengidentifikasi inisiatif strategis yang dapat meningkatkan daya saing dan pertumbuhan jangka panjang. Dalam lingkungan bisnis yang dinamis dan sering kali tidak pasti, memiliki pemahaman mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan bisnis sangatlah penting.

Beberapa penelitian telah menggunakan analisis SWOT untuk mengembangkan strategi bisnis yang lebih efektif. Misalnya saja penelitian Pradikta (2013) yang menggunakan analisis SWOT untuk menyusun strategi pengembangan objek wisata Waduk Gununglowo Indah yang fokus pada peningkatan pendapatan daerah. Studi ini menunjukkan bahwa analisis SWOT dapat membantu perusahaan mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan kinerja dan daya saingnya. Dalam penelitian Misdaniawan dan Purwanto (2017), analisis SWOT digunakan untuk menyusun strategi pengembangan bisnis dengan menggunakan pendekatan business model canvas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis SWOT dapat membantu perusahaan mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan kinerja dan daya saingnya. Selain itu, analisis SWOT juga digunakan dalam berbagai bidang seperti

manajemen keuangan, pemasaran, dan perbankan syariah. Singkatnya, analisis SWOT adalah alat yang sangat berguna untuk mengembangkan strategi bisnis dan membantu perusahaan meningkatkan kinerja dan daya saing. Rumah Makan Delima Desa Kuala Dua telah menjadi bagian penting dalam upaya pengembangan usaha desa. Dalam penelitian ini kami menggunakan analisis swot untuk mengetahui strategi dan kinerja bisnis di Rumah Makan Delima Desa Kuala Dua. Analisis SWOT memungkinkan Rumah Makan Delima Desa Kuala Dua untuk menentukan posisi bisnisnya di industri kuliner dan mengidentifikasi strategi yang digunakan untuk meningkatkan keunggulan kompetitifnya.

Desa Kuala Dua, sebuah Desa di Kecamatan Sui. Raya Kabupaten Kubu Raya yang menjadi pusat pengembangan usaha khususnya industri kuliner. Rumah Makan Delima Desa Kuala Dua telah menjadi bagian penting dalam upaya pengembangan usaha desa tersebut. Dalam beberapa tahun terakhir, desa tersebut telah mengambil beberapa inisiatif untuk meningkatkan potensi bisnisnya, seperti memberikan pelatihan tentang produk halal kepada pelaku ekonomi. Dalam konteks ini, Rumah Makan Delima Desa Kuala Dua mempunyai potensi besar untuk meningkatkan keunggulan kompetitifnya dengan mengembangkan strategi bisnis yang lebih efektif dan efisien. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana analisis SWOT dapat membantu menyusun strategi bisnis Rumah Makan Delima Desa Kuala Dua yang lebih efektif dan efisien

2. Metode

Penelitian yang dilakukan merupakan jenis penelitian yang menggunakan metode deskriptif kualitatif, yang meliputi observasi dan wawancara, yang kemudian dianalisis menggunakan analisis SWOT. Penelitian dengan metode deskriptif biasanya menjelaskan karakteristik situasi dan kondisi yang diamati (Supriyanto dan Maharani, 2013). Observasi adalah pengamatan tentang fenomena yang sedang diselidiki (Hadi dalam Supriyanto dan Maharani, 2013). Dalam pengamatan ini, peneliti bertindak sebagai pengamat yang tidak terlibat secara langsung dalam situasi yang diamati (Supriyanto dan Maharani, 2013). Pengamatan dimulai dengan mengamati lokasi usaha, kebersihan tempat, dan ketersediaan tempat duduk. Tujuan dari pengamatan ini adalah untuk memudahkan analisis SWOT, di mana hasil pengamatan tersebut akan digunakan untuk menilai kinerja usaha. Wawancara adalah suatu tahapan dan proses untuk mendapatkan berbagai informasi dengan melakukan komunikasi dengan dialog antara peneliti dan responden (Supriyanto dan Maharani, 2013). Wawancara dalam penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman lebih lanjut tentang usaha yang sedang dijalankan dengan mengajukan pertanyaan langsung kepada pemilik usaha.

Setelah melalui tahapan observasi dan wawancara, data-data tersebut kemudian dianalisis menggunakan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk mengidentifikasi posisi Rumah Makan Delima Desa Kuala Dua dalam industri kuliner serta faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi strategi bisnisnya.

1. Pengumpulan data: Data dikumpulkan melalui observasi dan wawancara lapangan di Rumah Makan Delima Desa Kuala Dua.

2. Analisis Data: Data diklasifikasikan menjadi dua jenis (data internal dan data eksternal). Data internal meliputi, informasi mengenai kelebihan dan kelemahan Rumah Makan Delima Desa Kuala Dua seperti Sumber Daya Manusia, Infrastruktur, dan Strategi Bisnis. Data eksternal mencakup informasi mengenai peluang dan risiko yang terkait dengan Rumah Makan Delima Desa Kuala Dua, seperti tren konsumen, persaingan, dan peraturan pemerintah.
3. Analisis SWOT: Data dikategorikan menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Faktor internal meliputi kelemahan dan kekuatan, sedangkan yang meliputi faktor eksternal yaitu ancaman dan peluang. Analisis SWOT dilakukan dengan menggunakan tabel analisis SWOT dan matriks SWOT untuk mengetahui posisi Rumah Makan Delima Desa Kuala Dua dalam industri kuliner.
4. Perumusan Strategi: Berdasarkan hasil analisis SWOT, strategi bisnis yang direkomendasikan untuk Rumah Makan Delima Desa Kuala Dua adalah diversifikasi produk dan pasar. strategi ini didasarkan pada kekuatan internal yang ada dan kesempatan yang tersedia di pasar. karena itu, metode penelitian ini dilakukan agar membantu Rumah Makan Delima Desa Kuala Dua untuk mengetahui bagaimana analisis SWOT dapat membantu dalam mengembangkan strategi bisnis yang lebih efektif dan efisien serta perubahan dalam lingkungan bisnis.

3. Hasil dan Pembahasan

Setelah melakukan observasi dan wawancara, maka baru bisa dibentuk analisis SWOTnya yang dalam hal ini akan menggambarkan situasi dan kondisi usaha yang sedang dijalankan serta strategi-strategi apa saja yang tentu harus ditetapkan dan diterapkan dalam menjalankan usaha tersebut dengan suatu matriks SWOT.

Kekuatan (Strengths)

Kekuatan merupakan suatu kondisi atau situasi yang menjadi pembeda positif bagi suatu organisasi atau perusahaan. Faktor yang mempengaruhi kekuatan tersebut antara lain aspek yang memberikan nilai positif dan keunggulan bersaing yang signifikan. Hal inilah yang membedakan suatu organisasi atau bisnis dengan pesaingnya dan memuaskan konsumen, pelanggan, atau pemangku kepentingan. Menyadari kekuatan-kekuatan tersebut merupakan langkah penting dalam kemajuan suatu organisasi atau perusahaan, yang dilanjutkan dengan langkah nyata untuk memperkuat dan mempertahankan keunggulan tersebut agar perusahaan dapat berkembang lebih baik.

Kelemahan (Weakness)

Kelemahan mengacu pada kondisi atau aspek yang mewakili kelemahan suatu organisasi atau perusahaan. Setiap organisasi atau perusahaan mempunyai kelemahan. Namun pertanyaan kuncinya adalah bagaimana strategi dapat dikembangkan untuk mengurangi atau bahkan menghilangkan kelemahan-kelemahan tersebut. Kelemahan dapat disebabkan oleh banyak hal, antara lain: Contoh: keterbatasan fasilitas, kualitas sumber daya manusia yang buruk, kepercayaan konsumen dan pelanggan yang dipertanyakan, dll. Kelemahan dapat diterjemahkan menjadi keunggulan unik yang sulit ditiru oleh pesaing.

Peluang (Opportunities)

Peluang mengacu pada situasi atau kondisi di luar organisasi atau bisnis yang dapat memberikan keuntungan. Peluang dapat berupa tren pasar yang menunjukkan minat terhadap produk Anda, mengidentifikasi produk yang belum diperhatikan pasar, mengubah ketentuan perdagangan dengan pesaing lain, atau hubungan positif dengan konsumen. Dalam mengoptimalkan peluang, Anda tidak perlu mengejar setiap peluang, Anda perlu melakukan analisis lebih lanjut untuk menentukan peluang mana yang paling potensial.

Beberapa situasi dan kondisi yang sering dijadikan peluang untuk keunggulan sebuah organisasi atau perusahaan antara lain sebagai berikut:

- a. Adanya suatu kecenderungan pasar yang tertarik pada suatu produk tertentu.
- b. Adanya identifikasi pada suatu produk yang belum memperoleh perhatian dari pasar.
- c. Adanya perubahan kondisi perdagangan dengan pesaing-pesaing lainnya.
- d. Adanya hubungan baik dengan konsumen.

Ancaman (Threat)

Ancaman adalah situasi atau kondisi di luar organisasi atau bisnis yang berpotensi mengganggu operasional. Ancaman terdiri dari berbagai faktor lingkungan yang berdampak negatif terhadap suatu organisasi. Ancaman dapat dikategorikan berdasarkan tingkat keparahan dan kemungkinan terjadinya. Ancaman yang berat mempunyai dampak yang besar dan lebih besar kemungkinannya untuk terjadi, sedangkan ancaman yang tidak berat mempunyai dampak yang lebih kecil dan kecil kemungkinannya untuk terjadi. Ancaman ini penting untuk segera diatasi agar tidak menghambat terwujudnya visi dan misi perusahaan Anda. Berdasarkan hasil dari wawancara dan observasi kelompok kami, maka baru dapat dibentuk analisis SWOT dalam usaha yang tentunya dapat menerangkan sebuah situasi usahanya saat ini dan strategi yang harus diterapkan agar usaha tersebut tetap berjalan lebih baik melalui matriks SWOT. Tabel dibawah ini menunjukkan hasil dari Analisis SWOT Rumah Makan Delima Desa Kuala Dua.

Tabel 1. Analisis SWOT Rumah Makan Delima Desa Kuala Dua

Strengths	Weaknesses	Opportunities	Threats
<ul style="list-style-type: none"> • Pemilik usaha melayani konsumen dengan sangat baik • Harga makanan dan minuman tergolong terjangkau • Tempat duduk yang cukup banyak • Proses penyajian makanan yang cepat sehingga cocok bagi pelanggan yang membutuhkan makan cepat • Bahan makanan yang segar dan berkualitas 	<ul style="list-style-type: none"> • Penjualan dan promosi tidak menggunakan media digital • Tempat parkir untuk kendaraan kurang luas • Pengelolaan keuangan yang belum optimal • Kurangnya inovasi dalam menu 	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki menu yang banyak dibandingkan dengan usaha sejenis • Memiliki pelanggan tetap • Lokasi terbilang dekat dengan sebuah perguruan tinggi, cocok untuk mahasiswa/mahasiswi yang ingin mencari makan yang dekat • Bekerja sama dengan aplikasi pengiriman makanan untuk memperluas jangkauan pasar • Mengadakan event lokal yang dapat menarik pelanggan baru 	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat banyak usaha yang sejenis • Konsumen bisa saja pindah ke tempat pesaing • Fluktuasi pada harga bahan baku • Perubahan kebijakan pemerintah yang dapat mempengaruhi operasional

Tabel 2. Matriks SWOT Rumah Makan Delima Desa Kuala Dua

Strategi SO	Strategi WO	Strategi ST	Strategi WT
<ul style="list-style-type: none"> • Variasi jenis makanan dan minuman ditambah dengan harga yang tetap terjangkau (S2,01) • Mengadakan event-event lokal dengan memanfaatkan tempat duduk yang banyak (S3,05) • Mengoptimalkan pelayanan ramah untuk menarik pelanggan event event lokal (S4,04) 	<ul style="list-style-type: none"> • Testimoni pelanggan dan pengenalan pada makanannya sebagai bentuk promosi (W1,01,02) • Meningkatkan pengelolaan keuangan dengan menggunakan event lokal sebagai sarana promosi (W3,05) 	<ul style="list-style-type: none"> • Memperkuat pelayanan untuk mempertahankan konsumen lama (S1,T1) • Mempertahankan harga terjangkau dan bahan segar untuk menghadapi persaingan (S2,S5,T1) • Menggunakan lokasi strategis untuk tetap menarik pelanggan meski ada fluktuasi ekonomi (S6,T3) 	<ul style="list-style-type: none"> • Melakukan promosi yang konsisten untuk mendapatkan konsumen baik (W1,T1) • Meningkatkan inovasi menu untuk tetap kompetitif di Tengah persaingan (W4,T1) • Mengoptimalkan promosi untuk menghadapi perubahan kebijakan pemerintah yang dapat mempengaruhi operasional (W1,T4)

Setelah melakukan analisis SWOT terhadap Rumah Makan Delima Desa Kuala Dua, kami menemukan beberapa poin penting yang dapat mempengaruhi perkembangan strategi bisnis.

Kelebihan warung makan antara lain keunggulan dari segi kualitas makanan, keterjangkauan, dan lokasi yang strategis. Faktor-faktor ini memberikan keunggulan kompetitif dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Namun terdapat beberapa kelemahan (*weakness*) sebagai berikut. Contohnya termasuk penjualan dan promosi belum dengan media digital, tempat parkir untuk kendaraan kurang luas, pengelolaan keuangan yang belum optimal, kurangnya inovasi dalam menu. Unsur-unsur tersebut perlu diperbaiki untuk meningkatkan efisiensi dan daya tarik warung. Dari sisi peluang, terdapat potensi besar dalam meningkatnya permintaan akan makanan sehat dan ramah lingkungan serta tren digitalisasi yang memungkinkan penggunaan layanan pesan antar online. Peluang ini bisa Anda manfaatkan untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Ancaman yang kami hadapi saat ini mencakup persaingan yang ketat dari warung makan dan makanan cepat saji lainnya serta perubahan preferensi konsumen yang dapat merugikan jika tidak diantisipasi dengan baik.

Hasil Perumusan Strategi

Berdasarkan hasil analisis SWOT dapat dirumuskan beberapa strategi pengembangan.

1. Untuk memanfaatkan kekuatan yang ada, Rumah Makan Delima Desa Kuala Dua dapat fokus pada peningkatan kualitas layanan dan pengembangan menu baru dan inovatif. Tujuan dari strategi ini adalah untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan mengembangkan segmen pasar baru.
2. Mengatasi kelemahan memerlukan peningkatan operasi melalui pelatihan karyawan dan penggunaan teknologi untuk menyederhanakan proses. Selain itu, mendiversifikasi menu Anda dengan menambahkan pilihan makanan sehat dapat menarik lebih banyak pelanggan.
3. Untuk memanfaatkan peluang tersebut, Rumah Makan Delima Desa Kuala Dua dapat menerapkan sistem pemesanan online dan berkolaborasi dengan layanan pesan antar. Hal ini tidak hanya membuat hidup lebih mudah bagi pelanggan, namun juga memperluas jangkauan pasar. Selain itu, promosi melalui media sosial dan program loyalitas pelanggan dapat meningkatkan kesadaran dan keterlibatan.
4. Strategi yang dapat diterapkan untuk mengatasi ancaman antara lain analisis pesaing secara berkala untuk memahami tren pasar dan preferensi konsumen. Diversifikasi produk dan inovasi layanan juga penting untuk menjaga daya saing. Secara keseluruhan, perumusan strategi berdasarkan analisis SWOT diharapkan dapat membantu dalam pertumbuhan dan perkembangan Rumah makan dalam dinamika pasar yang kompetitif.

4. Kesimpulan

Usaha berjualan kuliner bisa dikatakan usaha yang tentu banyak diminati dan sudah banyak tersebar di kalangan masyarakat, terkhusus makanan adalah salah satu dari 3 kebutuhan besar pokok masyarakat, yakni papan, pangan, dan sandang. Salah satu usaha kuliner yang ada di Desa Kuala Dua adalah usaha kuliner Rumah Makan Delima. Setelah melakukan analisis dalam penelitian, maka bisa disimpulkan bahwa Rumah Makan Delima Desa Kuala Dua, sebuah usaha di bidang kuliner yang menggunakan analisis SWOT untuk mengembangkan strategi bisnisnya. Usaha kuliner itu telah memiliki kondisi yang cukup baik (jumlah kekuatan dan peluang melebihi jika dianalisis jumlahnya dengan kelemahan dan ancaman). Hanya saja agar Rumah Makan Delima tersebut bisa semakin berkembang, diperlukan kombinasi dari analisis SWOT, seperti menerapkan strategi SO, salah satu contohnya mengadakan event-event lokal dengan memanfaatkan tempat duduk yang banyak; strategi WO, salah satu contohnya meningkatkan pengelolaan keuangan dengan menggunakan event lokal sebagai sarana promosi; strategi ST, salah satunya mempertahankan harga terjangkau dan bahan segar untuk menghadapi persaingan; dan strategi WT, seperti meningkatkan inovasi menu untuk tetap kompetitif di tengah persaingan, dan sebagainya.

Daftar Pustaka

- David, Fred R. *Manajemen Strategis Konsep*. Jakarta: Salemba Empat, 2011. Fatimah, Fajar Nur'aini Dwi. *Teknik Analisis SWOT. Anak Hebat Indonesia*, 2016. Hokianto. H.F., (2023). Analisis SWOT Pada Usaha Kuliner (Studi Pada Warung Mas Damar Di Kota Pontianak). Universitas Widya Dharma Pontianak: *Jurnal Manajemen*.
- Jannah.M., & dkk. (2023). Analisis SWOT di Rumah Makan Sutan Mudo Sakato (SMS) Desa Sebapo, Mestong Jambi Dalam Meningkatkan Daya Saing. Jambi: *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi dan Bisnis (JIMEB)*.
- Muhardi. *Strategi Operasi Untuk Keunggulan Bersaing*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007.
- Tatimu, C. (2014). *Analisis SWOT Terhadap Pemasaran pada Rumah Makan Pondok Selera 88 IT Center*.
- Wilujeng, M.N.G., & dkk. (2024). Analisis Strategi Pemasaran dengan Menggunakan Metode SWOT pada Rumah Makan Griyo Semar Mesem. UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung: *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*.
- Kementerian Pendidikan Nasional. (2010). *Modul 3: Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Kementrian Pendidikan Nasional.
- Maidayanti, G. H., Buwono, S., & Aminuyati. (2013). SWOT Analysis Usaha Rumah Makan Pondok Ale-Ale. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 2(12).
- Nazarudin, H. (2020). *Manajemen Strategik*. Palembang: NoerFikri Offset.
- Putri, Z. E., & dkk. (2021). Strategi Pasar Untuk Meningkatkan Daya Saing Perusahaan E Commerce di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 10, 216-220.
- Rahman, M. Fatur. *Teknik Analisis SWOT Untuk Menyusun KKP DIKLATPIM dan RENSTRA*. Malang: AFJ Mobicons, 2012.

- Rangkuti, F. (2016). *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Riadi, M. (2020). *Analisis SWOT*. Dipetik 11 27, 2023, dari Pengertian, Tujuan, Aspek, Kuadran dan Matriks : [https://www.kajianpustaka.com/2020/09/analisis SWOT.html](https://www.kajianpustaka.com/2020/09/analisis-SWOT.html)
- Umar, H. (2020). *Manajemen Strategik: Konsep dan Analisis*. Jakarta: The Jakarta Business Research Center. <http://eprints.kwikkiangie.ac.id/793/1/Buku%20MS%20draft.pdf> Retrieved
- Wahyudi, A. S. (1996). *Manajemen Strategik: Pengantar Proses Berpikir Strategik*. Tangerang: Binarupa Aksara.