



DOI: <https://doi.org/10.38035/jstl.v1i2>

Received: 10 Juni 2023, Revised: 30 Juli 2023, Publish: 15 Agustus 2023

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Analisis Swot Dalam Pengoptimalan Peluang Pasar Terhadap Tujuan Suatu Perusahaan

Andi ramadhan¹

¹Universitas Bhayangkara, Jakarta Raya, Bekasi, email: andiramadhan915@gmail.com

Corresponding Author: andiramadhan915@gmail.com¹

Abstract: *SWOT analysis is an important tool in business strategy that helps companies to identify strengths, weaknesses, opportunities, and threats in their business environment. By understanding these factors, companies can plan effective strategies, better respond to market changes, and increase their competitiveness. In conclusion, SWOT analysis provides a strong foundation for companies to achieve their strategic goals and strengthen their position in the market.*

Keyword: *Swot Analysis, Company, Plan Strategic Market*

Abstract: Analisis SWOT adalah alat penting dalam strategi bisnis yang membantu perusahaan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam lingkungan bisnis mereka. Dengan memahami faktor-faktor ini, perusahaan dapat merencanakan strategi yang efektif, merespons perubahan pasar dengan lebih baik, dan meningkatkan daya saing mereka. Kesimpulannya, analisis SWOT memberikan dasar yang kuat bagi perusahaan untuk mencapai tujuan strategis mereka dan memperkuat posisi mereka di pasar.

Kata Kunci: Swot Analisis, Perusahaan, Rencana Pasar Strategis

PENDAHULUAN

Kesuksesan perusahaan dalam memanfaatkan peluang pasar tergantung pada analisis pasar yang mendalam, inovasi produk, fleksibilitas, manajemen risiko yang efektif, rantai pasokan yang efisien, pemasaran yang efektif, dan komitmen pada kualitas dan layanan pelanggan. Melalui pemahaman yang kuat tentang pasar, inovasi, responsif terhadap perubahan, dan fokus pada kualitas dan layanan, perusahaan dapat menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dan memperoleh pertumbuhan yang stabil dalam jangka panjang. Dengan demikian, memanfaatkan peluang pasar dengan sukses tidak hanya tentang meraih keuntungan jangka pendek, tetapi juga tentang membangun fondasi yang kokoh untuk pertumbuhan berkelanjutan (Jannah, 2024).

Hal ini disebabkan, dalam lingkungan bisnis yang kompetitif saat ini, perusahaan harus memantau pesaing, melakukan diferensiasi, meningkatkan efisiensi, menjalin kemitraan, dan terus mendorong inovasi untuk bertahan dan berkembang. Dengan mengadopsi strategi-strategi ini, perusahaan dapat memperkuat posisi mereka di pasar, menangkap peluang baru, dan mengatasi tantangan yang muncul. Melalui kombinasi kecerdasan persaingan dan inovasi berkelanjutan, perusahaan dapat membangun fondasi yang kokoh untuk pertumbuhan jangka panjang (Rahayu, 2022). Selain itu, penting bagi perusahaan untuk tetap fleksibel dan responsif terhadap perubahan pasar serta tren industri. Dengan mempertahankan fokus pada kebutuhan pelanggan, penguasaan teknologi terkini, dan pengembangan strategi yang adaptif, perusahaan dapat menghadapi persaingan dengan percaya diri dan mencapai keberhasilan jangka panjang. Dikarenakan, fleksibilitas dan responsivitas terhadap perubahan pasar dan tren industri penting karena lingkungan bisnis selalu berubah. Perubahan teknologi, preferensi pelanggan, kebijakan regulasi, dan faktor-faktor lain dapat mempengaruhi permintaan pasar dan dinamika industri secara keseluruhan (Tirtayasa, 2019).

Perusahaan yang tidak responsif terhadap perubahan ini berisiko tertinggal atau bahkan tersingkir dari pasar. Sebaliknya, perusahaan yang fleksibel dapat menyesuaikan strategi mereka, mengidentifikasi peluang baru, dan mengatasi tantangan yang muncul dengan lebih baik. Dengan demikian, fleksibilitas dan responsivitas memungkinkan perusahaan untuk tetap relevan dan kompetitif dalam lingkungan bisnis yang dinamis. Ketika perusahaan tetap responsif terhadap perubahan, mereka juga dapat memperoleh keunggulan kompetitif yang signifikan (Kusumah, 2020). Dengan mengadopsi teknologi baru atau mengubah strategi operasional secara cepat, mereka dapat mengambil alih pasar atau menciptakan pasar baru sebelum pesaing mereka melakukannya. Fleksibilitas juga memungkinkan perusahaan untuk lebih mudah menyesuaikan diri dengan kebutuhan pelanggan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat loyalitas merek. Sebagai hasilnya, perusahaan yang responsif dan fleksibel cenderung memiliki kinerja yang lebih baik dan lebih mampu bertahan dalam jangka panjang di pasar yang kompetitif.

Dalam dunia bisnis yang dinamis, fleksibilitas dan responsivitas terhadap perubahan pasar dan tren industri sangatlah penting bagi kesuksesan jangka panjang. Perusahaan yang dapat menyesuaikan strategi, teknologi, dan operasional mereka dengan cepat memiliki peluang yang lebih besar untuk memenangkan persaingan, menciptakan nilai tambah bagi pelanggan, dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan. Oleh karena itu, menjaga ketangguhan dan adaptabilitas menjadi kunci dalam mempertahankan relevansi dan daya saing di pasar yang terus berubah (Kaloh, 2023).

Sehingga dalam hal ini, diperlukan menggunakan pendekatan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), perusahaan dapat memperoleh wawasan yang mendalam tentang faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi mereka. Dengan mengidentifikasi kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses) internal, perusahaan dapat memanfaatkan keunggulan yang dimiliki dan mengatasi tantangan yang dihadapi. Di sisi lain, dengan memahami peluang (opportunities) dan ancaman (threats) di lingkungan eksternal, perusahaan dapat menyesuaikan strategi mereka untuk memanfaatkan peluang pasar dan mengatasi risiko yang mungkin timbul (Siregar, 2020).

Maka berdasarkan latar belakang diatas, perusahaan yang menjadi salah satu popularitas indonesia dengan dimanfaatkannya oleh para berbisnis untuk membuka awal perusahaannya baik secara nasional ataupun internasional sehingga diperlukan adanya strategi-strategi Analisis Swot yang dapat membantu merealisasikan daya saing baik secara nasional ataupun internasional. Maka dari itu, karya tulis ilmiah ini berjudul "Analisis SWOT dalam Menyusun Rencana Strategis Perusahaan" dengan tujuan agar dapat mengidentifikasi kelebihan, kelemahan, peluang, dan ancaman suatu organisasi. Dengan memahami faktor-faktor ini, sehingga para pembisnis startup dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan daya saing di pasar.

METHOD

Metodologi pada penelitian ini adalah menggunakan penelitian kualitatif. Moleong (2017, hal. 8) mengungkapkan, penelitian kualitatif digunakan untuk memahami fenomena atau kondisi suatu objek yang bersifat naturalistik serta penyajian data tidak dilakukan dengan menyatakannya secara numerik karena penyajian data bersifat kuantitatif. Temuan penelitian kualitatif juga lebih mendalam untuk memahami fenomena dari perspektif yang kompleks dan kontekstual. Temuan dari penelitian kualitatif seringkali bersifat deskriptif dan interpretatif, yang memberikan pemahaman mendalam tentang berbagai aspek dari fenomena yang diteliti. Serta identifikasi tema-tema utama yang muncul dari data dan pola-pola yang mungkin ada di dalamnya. Ini dapat membantu dalam memahami isu-isu yang relevan dan hubungan antara berbagai variabel.

Pengumpulan Data penelitian ini menggunakan Studi Literatur. Adapun penggunaan data ini untuk mendukung data relevansi pada karya tulis ilmiah tanpa penelitian langsung secara kelengkapan. Hal ini sesuai dengan tujuan teknik studi literatur dimana dapat membantu peneliti untuk mengembangkan analisis kritis terhadap studi yang ada, mengidentifikasi kelemahan atau kekuatan dalam penelitian sebelumnya, dan memahami bagaimana penelitian mereka dapat berkontribusi pada topik yang sama.

Selain itu, adapun penjelasan Analisis Swot yang akan digunakan penelitian ini sebagai berikut (Kamaluddin, 2020):

1. Kekuatan (*Strengths*)

Kekuatan adalah sumber daya internal yang memberikan keunggulan kompetitif kepada perusahaan. Ini bisa berupa aset fisik (misalnya teknologi terbaru, lokasi strategis), keunggulan operasional (proses produksi yang efisien, biaya rendah), atau faktor-faktor lain seperti merek yang kuat atau tim manajemen yang berkualitas tinggi.

2. Kelemahan (*Weaknesses*)

Kelemahan adalah faktor-faktor internal yang menghambat kinerja perusahaan atau mengurangi daya saingnya. Ini bisa berupa keterbatasan sumber daya (misalnya keterbatasan keuangan atau infrastruktur yang ketinggalan zaman), kurangnya inovasi, kurangnya keahlian atau pengalaman dalam suatu area tertentu, atau masalah-masalah internal lainnya.

3. Peluang (*Opportunities*)

Peluang adalah faktor-faktor eksternal yang bisa dimanfaatkan oleh perusahaan untuk mencapai pertumbuhan atau keunggulan kompetitif. Ini bisa berupa tren pasar yang positif, perubahan regulasi yang mendukung bisnis perusahaan, perluasan pasar baru, atau teknologi baru yang memungkinkan inovasi produk atau proses.

4. Ancaman (*Threats*)

Ancaman adalah faktor-faktor eksternal yang bisa menghambat atau mengancam kelangsungan bisnis perusahaan. Ini bisa berupa persaingan yang intensif, perubahan kebijakan pemerintah yang merugikan, perubahan tren konsumen, atau risiko-risiko lain seperti kenaikan harga bahan baku atau krisis ekonomi.

Dengan melakukan analisis SWOT, perusahaan dapat mengidentifikasi posisi relatifnya di pasar, mengidentifikasi area-area di mana perusahaan memiliki keunggulan dan area-area di mana perusahaan perlu meningkatkan kinerjanya, serta mengidentifikasi peluang dan ancaman yang mungkin memengaruhi bisnisnya di masa depan. Analisis ini dapat menjadi dasar untuk merumuskan strategi bersaing yang efektif dan mengambil keputusan strategis yang tepat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Strategi Peluang Pasar

Strategi Peluang Pasar adalah proses merancang rencana yang terarah untuk mencapai tujuan pemasaran perusahaan. Ini melibatkan analisis pasar, identifikasi peluang dan tantangan,

pemilihan target pasar, pengembangan pesan dan taktik promosi, penetapan harga, serta penentuan saluran distribusi. Strategi pemasaran yang efektif mempertimbangkan kebutuhan dan preferensi pelanggan, serta mengikuti tren industri dan perubahan lingkungan bisnis. Tujuannya adalah untuk menciptakan nilai bagi pelanggan, memperkuat posisi perusahaan di pasar, dan meningkatkan kinerja pemasaran secara keseluruhan. Selain itu, pengembangan strategi pasar juga melibatkan pemantauan terus-menerus terhadap kinerja strategi yang telah diimplementasikan. Ini memungkinkan perusahaan untuk menyesuaikan dan memperbaiki strategi mereka sesuai dengan respons pasar yang berubah dan hasil yang dicapai. Selain itu, strategi pemasaran juga harus selaras dengan tujuan perusahaan secara keseluruhan, termasuk pertumbuhan bisnis, keuntungan, dan keberlanjutan. Dengan adanya pengembangan strategi pemasaran yang kokoh dan terus-menerus diperbarui, perusahaan dapat membangun keunggulan kompetitif dan mencapai keberhasilan jangka panjang di pasar.

Selain itu, adapun analisa strategi peluang pasar melibatkan beberapa langkah sebagai berikut (Aleron, 2022):

- Analisis Situasi: Memahami situasi pasar dan industri secara menyeluruh, termasuk tren, pesaing, dan faktor-faktor lingkungan yang mempengaruhi strategi pemasaran.
- Segmentasi Pasar: Menganalisis pasar untuk mengidentifikasi segmen yang berbeda berdasarkan karakteristik demografis, perilaku, atau geografis, dan menentukan segmen mana yang akan menjadi target strategi pemasaran.
- Pemilihan Target Pasar: Memilih segmen pasar yang paling menjanjikan untuk dijadikan target strategi pemasaran, berdasarkan potensi profitabilitas dan kesesuaian dengan keunggulan perusahaan.
- Analisis SWOT: Mengevaluasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), dan ancaman (threats) perusahaan dalam konteks pengembangan strategi pemasaran.
- Pengukuran dan Evaluasi: Menetapkan metrik kinerja dan sistem pemantauan untuk mengukur keberhasilan implementasi strategi pemasaran serta melakukan evaluasi berkala terhadap hasil yang dicapai.

Dengan melakukan analisis ini secara menyeluruh, perusahaan dapat mengembangkan strategi peluang pasar yang efektif dan meminimalkan risiko dalam mencapai tujuan visi dan misi mereka. Selain itu, analisis strategi peluang pasar melibatkan pemahaman mendalam tentang pasar, pesaing, dan pelanggan, serta penggunaan data untuk membuat keputusan yang informasional. Dengan menggabungkan informasi ini, perusahaan dapat mengidentifikasi peluang, mengatasi tantangan, dan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk mencapai tujuan mereka di pasar.

Analisis Eksternal Dan Internal Lingkungan Perusahaan

Tabel 1. Analisis Faktor Eksternal dan Internal Lingkungan Perusahaan

No	Faktor Internal	Faktor Eksternal
	Kekuatan	Peluang
1	1. Merek dan Reputasi 2. Produksi yang terus meningkat 3. Dapat memiliki ekspor yang mudah dicapai baik secara internasional maupun nasional 4. Harga produk sesuai dengan harga 5. Ketersediaan bahan baku yang cukup	1. Inovasi pembaharuan dalam pemasaran 2. Lokasi Strategis 3. Tidak adanya kendala hutang piutang perusahaan 4. Memiliki hubungan baik dengan pelanggan 5. Perluas jalur peluang pemasaran
	Kelemahan	Ancaman

2	<ol style="list-style-type: none"> 1. SDM rendah 2. Skill pekerja yang kurang memadai 3. Lemah dalam modal 4. Kurangnya kerja sama kompetitor karena persaingan 5. R&D produk yang tidak berkembang 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan yang ketat antar kompetitor yang terus berkembang maju dan canggih 2. Sulit mendapatkan modal awal atau tambahan dari investor 3. Semakin banyak usaha dibidang sejenis 4. Harga bahan baku meningkat 5. Banyaknya kompetitor menawarkan produk dengan harga murah
---	--	--

Kuadran Dan Matriks Sowl

Kuadran matriks SWOT adalah alat analisis strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi faktor internal (Strengths dan Weaknesses) dan faktor eksternal (Opportunities dan Threats) yang mempengaruhi suatu organisasi, proyek, atau usaha. Matriks ini terdiri dari empat kuadran yang masing-masing membantu dalam perumusan strategi yang efektif. Selain itu, Melalui pemahaman yang mendalam terhadap kuadran matriks SWOT, organisasi dapat mengidentifikasi area-area kunci yang perlu diperbaiki atau dimanfaatkan. Ini memungkinkan mereka untuk merumuskan rencana aksi yang lebih terfokus dan efektif untuk meningkatkan kinerja, mengatasi tantangan, dan memanfaatkan peluang yang ada di lingkungan bisnis mereka. Selain itu, matriks SWOT juga dapat membantu dalam pengambilan keputusan strategis yang lebih baik, karena memperkuat pemahaman akan posisi relatif organisasi di pasar dan faktor-faktor yang memengaruhinya. Dengan demikian, matriks SWOT bukan hanya merupakan alat analisis, tetapi juga alat yang sangat berharga dalam pengembangan strategi dan perencanaan bisnis (Carina, 2022).

Dalam hal ini, sebelum membuat kuadran swot, sebaiknya menghitung bobot dan ranting faktor-faktor internal dan eksternal dengan menggunakan internal IFAS (Matriks Internal Factor Analysis Summary) dan EFAS (Matriks External Factor Analysis Summary). Adapun berikut tabel tersebut dibawah ini:

Tabel 2. IFAS (Matriks Internal Factor Analysis Summary)

No	Strenght (Kekuatan)	Bobot	Rating	Skor
1	Merek dan Reputasi	0,09	3	0,27
2	Produksi yang terus meningkat	0,20	4	0,80
3	Dapat memiliki ekspor yang mudah dicapai baik secara internasional maupun nasional	0,10	4	0,40
4	Harga produk sesuai dengan harga	0,15	4	0,60
5	Ketersediaan bahan baku yang cukup	010	3	0,30
Jumlah		0,64	18	2,37

No	Weakness (kelemahan)	Bobot	Rating	Skor
1	SDM rendah	0,10	3	0,30
2	Skill pekerja yang kurang memadai	0,06	4	0,24
3	Lemah dalam modal	0,06	2	0,12
4	Kurangnya kerja sama kompetitor karena persaingan	0,05	2	0,10
5	R&D produk yang tidak berkembang	0,09	3	0,27
Jumlah		0,36	14	1,03
Total		1,00	32	3,40

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa, total hasil matriks IFAS Perusahaan dengan menunjukkan nilai total dalam hasil analisis faktor internal dengan total skor 1,00 angka ini termasuk kategori diatas rata – rata, yang menandakan bahwa kondisi internal pada Perusahaan berada diposisi yang baik.

Tabel 3. EFAS (Matriks External Factor Analysis Summary)

No	Opportunities (Peluang)	Bobot	Rating	Skor Bobot X Rating
1	Inovasi pembaharuan dalam pemasaran	0,20	4	0,80
2	Lokasi Stategis	0,15	3	0,45
3	Tidak adanya kendala hutang piutang perusahaan	0,10	3	0,30
4	Memiliki hubungan baik dengan pelanggan	0,08	4	0,32
5	Perluas jalur peluang pemasaran	0,07	2	0,14
Jumlah		0,60	16	2,01

No	Threat (Ancaman)	Bobot	Rating	Skor Bobot X Rating
1	Persaingan yang ketat antar kompetitor yang terus berkembang maju dan canggih	0,12	3	0,36
2	Sulit mendapatkan modal awal atau tambahan dari investor	0,07	2	0,14
3	Semakin banyak usaha dibidang sejenis	0,05	2	0,10
4	Harga bahan baku meningkat	0,08	3	0,24
5	Banyaknya kompetitor menawarkan produk dengan harga murah	0,08	2	0,16
Jumlah		0,40	12	1,00
Total		1,00	28	3,01

Berdasarkan tabel diatas menunjukan bahwa, total hasil matriks EFAS Perusahaan dengan nilai total 1,00 hasil ini menunjukkan diatas rata – rata. Dengan demikian skor yang didapat mengindikasikan bahwa Perusahaan memanfaatkan peluang yang dimilikinya serta menghindari ancaman Eksternal. Selanjutnya adapun tabel matriks swot sebagai berikut:

Tabel 4. Matriks SWOT Perusahaan

Strategi S-O	Strategi W-O	Strategi S-T	Strategi W-T
Menggunakan kekuatan dalam merek atau kualitas produk, perusahaan dapat menonjolkan keunggulan mereka dalam strategi pemasaran untuk menarik pelanggan	Mengidentifikasi kelemahan dalam keterampilan atau kapasitas karyawan dan menyediakan pelatihan atau pengembangan karyawan untuk menghadapi peluang	Menggunakan kekuatan dalam manajemen dan kepemimpinan untuk merespons dengan cepat dan efektif terhadap ancaman yang muncul, seperti perubahan regulasi	Mengubah strategi pemasaran atau posisi merek untuk mengatasi persepsi negatif terhadap kelemahan internal perusahaan yang dapat dimanfaatkan

dan memenangkan pangsa pasar. Dengan memanfaatkan kekuatan dalam manajemen operasional atau teknologi, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi produksi atau distribusi, memungkinkan mereka untuk mengejar peluang pasar yang lebih besar.	baru di pasar. Dengan mengembangkan lini produk atau layanan baru untuk menutupi kelemahan yang ada dan memanfaatkan peluang di pasar yang berbeda.	atau krisis ekonomi. Dengan memanfaatkan kekuatan dalam inovasi atau R&D untuk mengembangkan lini produk atau layanan baru yang dapat mengurangi ketergantungan pada satu produk atau pasar tertentu yang rentan terhadap ancaman.	oleh ancaman eksternal.
---	---	--	-------------------------

Hal ini disebabkan, strategi bisnis yang efektif memerlukan pemahaman yang baik tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada di pasar. Perusahaan perlu memanfaatkan kekuatan internal mereka untuk memanfaatkan peluang eksternal, sambil mengatasi atau memperbaiki kelemahan mereka untuk menghadapi ancaman yang ada. Dengan pendekatan yang tepat, perusahaan dapat meningkatkan daya saing mereka, merespons dengan cepat terhadap perubahan pasar, dan menciptakan nilai jangka panjang bagi pemegang saham dan pelanggan. Penting bagi perusahaan untuk terus memantau lingkungan bisnis mereka dan menyesuaikan strategi mereka sesuai dengan perkembangan yang terjadi, sehingga dapat tetap relevan dan berhasil dalam pasar yang terus berubah. Dengan menggunakan Analisis SWOT membantu perusahaan dalam mengidentifikasi keunggulan kompetitif, merespons dengan cepat terhadap perubahan pasar, mengambil keputusan yang lebih baik, dan mengembangkan rencana aksi yang jelas. Dengan memanfaatkan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal, sambil mengatasi atau memperbaiki kelemahan mereka untuk menghadapi ancaman yang ada, perusahaan dapat mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dan memperkuat posisi mereka di pasar yang kompetitif.

KESIMPULAN

Strategi bisnis yang berhasil memerlukan kombinasi pemahaman yang mendalam tentang lingkungan bisnis, kekuatan internal, dan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar. Perusahaan perlu memanfaatkan kekuatan internal mereka untuk memanfaatkan peluang eksternal, sambil secara proaktif mengatasi kelemahan mereka. Fleksibilitas, adaptabilitas, komunikasi yang efektif, dan komitmen terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan menjadi kunci dalam mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dan memperkuat posisi di pasar yang kompetitif. Dengan fokus pada inovasi, kolaborasi, dan keberlanjutan, perusahaan dapat mencapai tujuan mereka dan menjadi pemimpin dalam industri mereka.

REFERENSI

- Anastasia, M., & Oktafia, R. (2021). Strategi Pemasaran Syariah Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Kerupuk Desa Tlasih Tulangan Sidoarjo. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 4(2), 431-444.
- Jakiyudin, A. H., Yusuf, M., Iribaram, S., Nawir, M. S., & Muhandy, R. S. (2023). Pemberdayaan Mama-Mama Melalui Produk Abon Ikan Lilinta (ABOLI) Berbasis

- Industri Rumahan Di Kampung Lilinta, Distrik Misool Barat, Kabupaten Raja Ampat. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 8(2), 275-284.
- Jannah, M., Faizah, A. N., Indraputri, A. J., Puspita, V. E., Hidayat, R., & Ikaningtyas, M. (2024). Pentingnya Analisis Swot dalam Suatu Perencanaan dan Pengembangan Bisnis. *IJESPG (International Journal of Engineering, Economic, Social Politic and Government)*, 2(2), 9-17.
- Kaloh, O., Pelleng, F. A., & Rogahang, J. J. (2021). Analisis SWOT dalam Orientasi Pengembangan Produksi dan Pemasaran Bahan Sayuran Di Desa Mooat. *Productivity*, 2(3), 219-223.
- Kamaluddin, I. (2020). Analisis Swot Untuk Merumuskan Strategi Bersaing Pada Pt. Menara Angkasa Semesta Cabang Sentani. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 1(4), 342-354.
- Kusumah, J. R. (2020). Usulan Perumusan Strategi Perusahaan Dengan Analisis Swot Untuk Pencapaian Target Penjualan Cat. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1(5), 475-489.
- Nursalam, F., & Yunanda, W. W. (2023). Analisis SWOT Dalam Manajemen Rantai Pasok Industri Pertahanan Indonesia. *Jurnal Teknik Industri: Jurnal Hasil Penelitian dan Karya Ilmiah dalam Bidang Teknik Industri*, 9(1), 331-337.
- Mursalina, I. (2024). Identifikasi Dan Strategi Perluasan Pasar Ekspor Produk Tempe PT Azaki Food Internasional Ke Negara Singapura. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(7), 634-647.
- Rahayu, V. P., Astuti, R. F., Mustangin, M., & Sandy, A.T. (2022). Analisis SWOT dan Business Model Canvas (BMC) Sebagai Solusi dalam Menentukan Strategi Pengembangan Usaha Kuliner. *International Journal of Community Service Learning*, 6(1), 112-121.
- Tirtayasa, Y. (2019). ANALISIS SWOT PADA PT OCEANIAS TIMBER PRODUCTS. *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL*, 1(1), 91-100.