

SKRIPSI

ANALISIS STRATEGI BISNIS DENGAN PENDEKATAN SWOT

PADA PT SEVENTY NINE ADVISOR



POLITEKNIK NEGERI BALI

NAMA : I Komang Apriana Sony Raharja
NIM : 2115644073

PROGRAM STUDI SARJANA TERAPAN AKUNTANSI MANAJERIAL
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI BALI
2025

ANALISIS STRATEGI BISNIS DENGAN PENDEKATAN SWOT PADA PT SEVENTY NINE ADVISOR

I Komang Apriana Sony Raharja
2115644073

(Program Studi Sarjana Terapan Akuntansi Manajerial, Politeknik Negeri Bali)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi bisnis pada PT Seventy Nine Advisor, sebuah perusahaan jasa konsultan yang baru berdiri dan berlokasi di Bali. Dalam menghadapi dinamika persaingan industri dan perubahan regulasi, perusahaan perlu merumuskan strategi yang sistematis dan terukur. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus dan teknik analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) yang didukung oleh matriks IFAS dan EFAS. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan kuesioner berskala Likert yang disebarakan kepada manajemen dan staf perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan utama PT Seventy Nine Advisor terletak pada integrasi layanan (legalitas, akuntansi, perpajakan, dan IT), penggunaan sistem teknologi internal, serta hubungan relasional yang kuat dengan klien. Namun, kelemahan seperti keterbatasan tenaga ahli dan reputasi pasar yang belum mapan menjadi tantangan yang signifikan. Peluang eksternal yang tersedia antara lain digitalisasi layanan konsultasi, dan meningkatnya kesadaran pelaku usaha terhadap regulasi perpajakan. Adapun ancaman meliputi persaingan ketat, perubahan kebijakan mendadak, dan ekspektasi klien yang tinggi. Berdasarkan posisi perusahaan dalam kuadran SWOT, strategi yang disarankan adalah strategi agresif (SO) untuk memanfaatkan kekuatan internal dalam meraih peluang eksternal secara optimal. Temuan ini memberikan kontribusi teoritis dalam literatur manajemen strategi serta rekomendasi praktis bagi perusahaan konsultan tahap awal dalam merumuskan strategi pertumbuhan berkelanjutan.

Kata Kunci: *Strategi Bisnis, SWOT, IFAS, EFAS, Konsultan, PT Seventy Nine Advisor*

BUSINESS STRATEGY ANALYSIS WITH A SWOT APPROACH AT PT SEVENTY NINE ADVISOR

I Komang Apriana Sony Raharja
2115644073

(Bachelor of Applied Managerial Accounting Study Program, Bali State

Polytechnic)

ABSTRAC

This study aims to analyze the business strategy of PT Seventy Nine Advisor, a newly established consulting firm located in Bali. Facing industrial competition and regulatory changes, the company requires a systematic and measurable strategic formulation. This research employs a descriptive qualitative approach with a case study method and SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) analysis supported by IFAS and EFAS matrices. Data were collected through observation, in-depth interviews, and Likert-scale questionnaires distributed to the company's management and staff. The results reveal that the company's core strengths lie in its integrated services (legal, accounting, taxation, and IT), internal technological systems, and strong client relationships. However, weaknesses such as limited specialized personnel and an underdeveloped market reputation pose significant challenges. External opportunities include digitalization of consultancy services, and increasing awareness of tax compliance among businesses. Threats include intense industry competition, sudden regulatory changes, and rising client expectations. Based on the SWOT quadrant position, the recommended strategy is an aggressive (SO) strategy, leveraging internal strengths to seize external opportunities. These findings contribute theoretically to the field of strategic management and offer practical recommendations for early-stage consulting firms in formulating sustainable growth strategies.

Kata Kunci: *Business Strategy, SWOT, IFAS, EFAS, Consultant, PT Seventy Nine Advisor*

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan.....	i
Abstrak.....	ii
ABSTRAC.....	iii
Halaman Prasyarat Gelar Sarjana Terapan.....	iv
Halaman Surat Pernyataan Orisinalitas Karya Ilmiah	v
Halaman Persetujuan Usulan Proposal Penelitian	vi
Halaman Penetapan Kelulusan.....	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Batasan Masalah.....	6
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
A. Kajian Teori.....	9
B. Kajian Penelitian yang Relevan	23
C. Alur Pikir.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Jenis Penelitian.....	26
B. Lokasi/Tempat dan Waktu Penelitian.....	26
C. Subjek Penelitian.....	27
D. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data	28
E. Keabsahan Data.....	30
F. Analisis Data	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
A. Deskripsi Hasil Penelitian	36
A. Hasil Analisis dan Pembahasan.....	59
B. Keterbatasan Penelitian	67
BAB V.....	69
SIMPULAN DAN SARAN	69
A. Simpulan	69
B. Implikasi.....	70
C. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN.....	80

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Penentuan Bobot pada Faktor Internal (IFAS)	31
Tabel 3. 2 Penentuan Bobot pada Faktor Eksternal (EFAS)	32
Tabel 4. 1 Hasil Identitas Responden	59
Tabel 4. 2 Matriks Internal Factor Analysis Strategy (IFAS).....	60
Tabel 4. 3 Matriks Eksternal Factors Analysis Strategy (EFAS)	61
Tabel 4. 4 Matriks SWOT PT SEVENTY NINE ADVISOR	65



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Alur Pikir	25
Gambar 3. 1 Diagram Analisis SWOT	33
Gambar 3. 2 Model Matriks SWOT	35
Gambar 4. 1 Diagram SWOT PT SEVENTY NINE ADVISOR	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Indikator Wawancara	81
Lampiran 2 Transkrip Hasil Wawancara	82
Lampiran 3 Kuisisioner	101



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Strategi bisnis adalah arah dan ruang lingkup jangka panjang organisasi yang digunakan untuk memperoleh keunggulan kompetitif melalui konfigurasi sumber daya perusahaan dalam lingkungan yang berubah (Artemenko et al., 2022). Strategi ini tidak hanya berfungsi sebagai peta jalan (*roadmap*) perusahaan, tetapi juga sebagai kerangka kerja untuk membuat keputusan penting terkait pemasaran, keuangan, operasional, dan sumber daya manusia.

Dalam praktiknya, strategi bisnis menjadi krusial karena dapat menentukan apakah sebuah perusahaan akan bertahan dan berkembang, atau sebaliknya mengalami stagnasi dan kegagalan. Penelitian oleh (Bajza, 2022) menegaskan bahwa perusahaan yang menerapkan strategi bisnis yang terstruktur memiliki peluang lebih besar untuk mencapai efisiensi operasional, keunggulan pasar, dan keberlanjutan jangka panjang. Strategi bisnis membantu perusahaan mengelola perubahan, merespons ancaman kompetitif, dan memanfaatkan peluang pasar.

Sebaliknya, ketiadaan strategi bisnis dapat membawa risiko serius. Tanpa strategi, perusahaan akan kehilangan arah, kesulitan beradaptasi terhadap perubahan eksternal, dan gagal menciptakan keunggulan kompetitif (Ennis, 2020). Contohnya, banyak startup rintisan teknologi di Asia Tenggara seperti Qlapa (*e-commerce* produk lokal Indonesia) tutup setelah hanya beroperasi kurang dari lima tahun. Menurut studi dari Bain & Company (2022), salah satu

penyebab utama kegagalan startup adalah tidak adanya perencanaan strategi bisnis yang adaptif terhadap dinamika pasar dan model bisnis yang tidak tervalidasi (Gustav et al., 2022).

Untuk menghadapi tantangan tersebut, perusahaan membutuhkan pendekatan sistematis dalam menyusun strategi bisnis. Berbagai pendekatan dapat digunakan untuk merumuskan strategi bisnis, seperti *Porter's Five Forces*, *PESTEL Analysis*, dan *Balanced Scorecard*. Namun, pendekatan yang paling banyak digunakan pada konteks perusahaan rintisan atau yang baru berdiri adalah pendekatan SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). SWOT dinilai lebih sederhana, fleksibel, dan aplikatif karena memungkinkan perusahaan untuk memetakan faktor internal dan eksternal secara menyeluruh. Penelitian oleh (Comensoli & Toporkov, 2022) membuktikan bahwa analisis SWOT sangat efektif dalam mengidentifikasi faktor strategis pada perusahaan jasa yang sedang berkembang, sehingga strategi yang dihasilkan menjadi lebih akurat dan tepat sasaran.

Keunggulan SWOT dibandingkan pendekatan lainnya terletak pada kemampuannya menggabungkan analisis kuantitatif dan kualitatif, serta keterkaitannya yang erat dengan praktik manajerial. Penelitian oleh (Rahajeng, 2022) pada industri fashion di Bandung menunjukkan bahwa SWOT berhasil mengungkap posisi internal dan eksternal bisnis secara objektif, serta memberikan dasar dalam menyusun strategi agresif untuk ekspansi pasar. Dalam praktiknya, SWOT sering dipadukan dengan matriks IFAS dan EFAS, sehingga memudahkan penilaian bobot dan dampak dari setiap faktor strategis.

Selain menghadapi tantangan dari luar, faktor internal perusahaan juga menjadi perhatian utama. PT Seventy Nine Advisor sebagai objek penelitian merupakan perusahaan yang baru berdiri dan belum genap satu tahun. Usia perusahaan yang masih sangat muda ini membuat struktur strategi bisnisnya belum sepenuhnya terbentuk. Belum adanya dokumen perencanaan jangka panjang, belum tersusunnya peta persaingan secara menyeluruh, serta belum optimalnya pemetaan keunggulan kompetitif menjadi kelemahan mendasar yang perlu segera diantisipasi.

Meskipun banyak studi telah membahas strategi bisnis pada perusahaan mapan dan UMKM yang telah lama beroperasi, masih minim penelitian yang secara khusus menyoroti perusahaan jasa konsultan yang berada pada tahap awal berdiri. Padahal, perusahaan baru justru memiliki tingkat kerentanan tinggi terhadap kegagalan apabila tidak segera menerapkan strategi bisnis yang tepat dan terukur (Feng, 2022). Kondisi ini menjadi sangat penting untuk diteliti karena jika strategi tidak disusun sejak dini, perusahaan akan sulit bertahan di tengah persaingan yang semakin kompetitif.

Beberapa kasus kegagalan bisnis di Indonesia pun memperkuat urgensi ini. Studi oleh Lima (2023) menyebutkan bahwa lebih dari 60% UMKM dan perusahaan rintisan gagal dalam tiga tahun pertama karena tidak memiliki strategi bisnis yang didasarkan pada analisis yang mendalam. Hal serupa diungkapkan oleh Molchanova (2023), bahwa ketiadaan strategi bisnis menyebabkan ketidaksiapan perusahaan menghadapi perubahan pasar, terutama dalam aspek digitalisasi dan manajemen sumber daya.

Dengan mempertimbangkan usia PT Seventy Nine Advisor yang belum genap setahun dan tingginya tantangan dari dalam maupun luar, maka penerapan analisis strategi bisnis berbasis SWOT menjadi sangat penting. SWOT memungkinkan perusahaan mengenali kekuatan dan kelemahan internal, serta memetakan peluang dan ancaman eksternal secara lebih sistematis. Menurut Ryana Devi et al. (2022), SWOT merupakan alat strategis yang sangat berguna dalam tahap awal perumusan strategi karena memfokuskan perhatian pada empat elemen utama yang langsung berpengaruh terhadap keberhasilan bisnis.

Salah satu keunggulan utama dari pendekatan SWOT dalam merumuskan strategi bisnis adalah kesederhanaan dan fleksibilitasnya dalam menggambarkan kondisi internal dan eksternal perusahaan secara sistematis. Penelitian oleh Rahayu et al. (2022) mengonfirmasi bahwa pendekatan SWOT sangat cocok diterapkan pada perusahaan yang sedang berkembang, karena memungkinkan manajemen untuk memahami secara langsung faktor-faktor kunci yang memengaruhi performa bisnis dan menyusun strategi secara realistis dan terarah. Terlebih lagi, penggunaan matriks IFAS dan EFAS dalam analisis SWOT dapat membantu dalam proses kuantifikasi penilaian faktor strategis, sehingga pengambilan keputusan menjadi lebih objektif dan berbasis data (Jannah & Firdaus, 2022).

Penelitian oleh Plaskova (2022) menyebutkan bahwa perusahaan baru membutuhkan analisis yang akurat sejak awal agar tidak terjebak dalam pola operasional reaktif. Maka dari itu, strategi bisnis harus disusun dengan pendekatan yang adaptif dan berbasis data. Taherdoost & Madanchian, (2021)

menambahkan bahwa analisis SWOT memberikan struktur berpikir yang memungkinkan perusahaan mengantisipasi risiko dan mengarahkan keunggulan internal secara lebih sistematis. Penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM dan perusahaan jasa yang menerapkan strategi berbasis SWOT mampu mempertahankan eksistensinya di tengah tekanan pasar.

Hal ini juga diperkuat oleh Lozovik et al. (2021), yang menemukan bahwa perusahaan yang memanfaatkan matriks SWOT, IFAS, dan EFAS mampu menciptakan formulasi strategi yang sesuai dengan karakteristik internal dan tekanan eksternal industri.

Selain itu, Surveyandini (2022) menyatakan bahwa SWOT merupakan pendekatan yang cocok untuk perusahaan dengan sumber daya terbatas karena mampu memberikan arahan strategi yang aplikatif dan berbasis kondisi aktual perusahaan. Dengan kata lain, bagi perusahaan yang belum genap satu tahun dan sedang mencari pijakan strategi, analisis SWOT adalah pendekatan yang tepat dan terbukti mampu mengarahkan pertumbuhan secara bertahap dan berkelanjutan.

Belum banyak penelitian yang mengangkat strategi bisnis pada perusahaan konsultan yang baru berdiri dan sedang dalam tahap membangun struktur dan sistem manajerialnya. Dengan usia operasional yang belum genap satu tahun, PT Seventy Nine Advisor belum memiliki strategi jangka panjang yang terformulasi secara sistematis, sehingga rawan menghadapi stagnasi bahkan kegagalan jika tidak segera merumuskan strategi bisnis yang tepat. Dalam konteks inilah analisis SWOT menjadi alat strategis yang tidak hanya dapat mengidentifikasi

kondisi riil perusahaan, tetapi juga menjadi dasar untuk menyusun strategi adaptif dan kompetitif dalam menjawab tantangan pasar. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi sangat relevan baik secara teoritis maupun praktis, khususnya dalam mengisi kekosongan literatur mengenai penerapan strategi bisnis pada perusahaan jasa konsultan tahap awal.

Melalui analisis SWOT, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kondisi internal dan eksternal PT Seventy Nine Advisor menggunakan pendekatan IFAS dan EFAS, serta menyusun strategi yang mampu meningkatkan daya saing dan pertumbuhan perusahaan secara berkelanjutan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut ini

1. Bagaimana kekuatan dan kelemahan internal PT Seventy Nine Advisor berdasarkan analisis IFAS?
2. Bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi PT Seventy Nine Advisor berdasarkan analisis EFAS?
3. Strategi bisnis apa yang dapat diterapkan PT Seventy Nine Advisor untuk meningkatkan daya saing berdasarkan hasil analisis SWOT yang diperoleh dari IFAS dan EFAS ?

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terfokus dan tidak meluas, maka batasan masalah yang diterapkan adalah sebagai berikut: Penelitian ini hanya membahas strategi bisnis PT Seventy Nine Advisor dengan menggunakan pendekatan analisis

SWOT. Fokus penelitian terbatas yang menjadi layanan utama PT Seventy Nine Advisor dalam kaitannya dengan Bisnis Konsultasi. Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini hanya mencakup kondisi internal dan eksternal perusahaan tanpa membahas aspek keuangan secara mendalam. Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari hasil observasi, wawancara, serta data sekunder yang relevan dengan penelitian.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Untuk menganalisis bagaimana kekuatan dan kelemahan internal PT Seventy Nine Advisor berdasarkan analisis IFAS
- b. Untuk menganalisis bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi PT Seventy Nine Advisor berdasarkan analisis EFAS
- c. Untuk menganalisis strategi bisnis apa yang dapat diterapkan PT Seventy Nine Advisor untuk meningkatkan daya saing berdasarkan hasil analisis SWOT yang diperoleh dari IFAS dan EFAS

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan referensi akademik dalam bidang manajemen strategi, khususnya mengenai penerapan analisis SWOT dalam perumusan strategi bisnis perusahaan di industri jasa konsultasi.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis bagi PT Seventy Nine Advisor dalam meningkatkan efektivitas layanan dan daya saingnya di industri konsultan bisnis, terutama dalam menghadapi tantangan persaingan dan perubahan regulasi



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis internal dan eksternal menggunakan pendekatan SWOT, penelitian ini menyimpulkan bahwa PT Seventy Nine Advisor memiliki posisi strategis yang cukup kuat dalam industri jasa konsultan. Perusahaan menunjukkan kekuatan utama berupa penggunaan sistem aplikasi yang mempercepat pelaporan, perhatian tinggi terhadap klien, kompetensi SDM yang adaptif, serta sistem operasional yang terdigitalisasi dan tertata rapi. Hal ini mendukung terciptanya hubungan profesional dengan klien dan mitra kerja. Di sisi lain, kelemahan yang dihadapi meliputi struktur internal dan SOP yang masih dalam tahap pengembangan, keterbatasan promosi, serta tantangan dalam membangun brand awareness. Meskipun demikian, perusahaan memiliki peluang besar untuk tumbuh, seperti meningkatnya permintaan jasa konsultan akibat perubahan regulasi, potensi pasar dari perusahaan asing (PMA), serta tren layanan satu pintu yang menjadi nilai tambah. Ancaman eksternal yang dihadapi antara lain datang dari persaingan harga yang tidak sehat, ketergantungan terhadap sistem berbasis teknologi, serta ketidakpastian ekonomi global. Secara keseluruhan, posisi PT Seventy Nine Advisor berada dalam kuadran strategi agresif (Strength-Opportunities), yang menunjukkan potensi pertumbuhan melalui strategi integrasi dan ekspansi pasar.

B. Implikasi

1. Implikasi Manajerial

Hasil penelitian ini memberikan beberapa implikasi penting bagi manajemen PT Seventy Nine Advisor dalam merumuskan dan mengimplementasikan strategi bisnis yang berdaya saing:

- a. PT Seventy Nine Advisor dapat senantiasa meningkatkan kekuatannya melalui penguatan sistem integrasi layanan berbasis teknologi dan memperkuat hubungan relasional dengan klien. Manajemen perlu mempertahankan dan mengembangkan sistem internal berbasis teknologi yang dapat meningkatkan efisiensi operasional dan mempercepat pelayanan kepada klien.
- b. Salah satu kelemahan utama perusahaan adalah keterbatasan tenaga ahli. Oleh karena itu, penting bagi manajemen untuk mengalokasikan anggaran pelatihan, rekrutmen tenaga profesional, serta program pengembangan kompetensi secara berkelanjutan.
- c. Perkembangan digitalisasi layanan konsultasi merupakan peluang besar yang harus dimanfaatkan melalui perluasan jangkauan pasar, inovasi layanan berbasis digital, serta optimalisasi kanal pemasaran online.
- d. Untuk menghadapi persaingan yang ketat dan ketidakpastian regulasi, manajemen perlu menyusun kebijakan adaptif serta membangun sistem pengawasan dan perencanaan kontinjensi untuk merespons perubahan dengan cepat.

2. Implikasi Teoritis

Penelitian ini juga memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan ilmu manajemen strategik, khususnya dalam konteks perusahaan konsultan tahap awal:

- a. Studi ini menambah literatur mengenai relevansi analisis SWOT dalam sektor jasa profesional, khususnya pada perusahaan yang baru berdiri dan masih dalam tahap pengembangan identitas pasar.
- b. Penelitian ini menunjukkan bahwa kombinasi analisis SWOT dengan IFAS dan EFAS mampu memberikan gambaran menyeluruh tentang posisi strategis perusahaan serta membantu mengarahkan strategi yang paling sesuai berdasarkan kondisi internal dan eksternal.
- c. Hasil studi mendukung validitas strategi agresif dalam kondisi perusahaan yang memiliki kekuatan internal signifikan dan peluang eksternal luas, memberikan bukti empiris bahwa pendekatan ini cocok untuk perusahaan rintisan di sektor konsultan profesional.

C. Saran

1. Bagi Usaha PT Seventy Nine Advisor

Berdasarkan hasil analisis SWOT, disarankan agar PT Seventy Nine Advisor memaksimalkan kekuatan yang dimiliki khususnya meningkatkan kualitas layanan dengan cara, Meningkatkan layanan berbasis aplikasi untuk menjawab permintaan layanan cepat dan digital,

Memanfaatkan kepercayaan klien untuk memperluas pasar melalui strategi word of mouth. Memperkuat diversifikasi layanan satu pintu yang mencakup legal, pajak, akuntansi, dan teknologi digital.. Perusahaan juga perlu segera menyusun dan menerapkan Standard Operating Procedures (SOP) yang lebih terstruktur untuk meminimalisir miskomunikasi internal. Untuk menghadapi ancaman eksternal, perusahaan disarankan mengembangkan sistem manajemen risiko, terutama yang berkaitan dengan perubahan regulasi dan tekanan dari pihak eksternal terhadap klien.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan, seperti keterbatasan jumlah responden dan cakupan analisis yang belum mencakup aspek finansial perusahaan. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas populasi dan sampel, menggunakan metode campuran (kuantitatif dan kualitatif), serta memasukkan analisis kinerja keuangan untuk memberikan gambaran strategi yang lebih komprehensif.

POLITEKNIK NEGERI BALI

DAFTAR PUSTAKA

- Agustiani, W. E., & Isharina, I. K. (2023). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan Business Model Canvas Dan Swot. *Jurnal Kewirausahaan Dan Inovasi*, 2(2), 331–344.
<https://doi.org/10.21776/Jki.2023.02.2.04>
- Artemenko, L., Ryzhikova, N. N., & Lagodiienko, V. (2022). Strategic management as a tool for creating long-term business value. *Вісник Хмельницького Національного Університету*.
[https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-312-6\(1\)-11](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-312-6(1)-11)
- Bajza, F. (2022). Implementation of Sustainability into Business Strategy. *Transport and Communications*.
<https://doi.org/10.26552/tac.c.2022.1.1>
- Comensoli, V., & Toporkov, V. (2022). SWOT Analysis as a Determinant of Marketing Strategy Case. *Almana*.
<https://doi.org/10.36555/almana.v6i1.1751>
- Dwi Yanti, F., & Ainun Nisah, F. (2024). Analisis Strategi Bisnis Untuk Meningkatkan Penjualan Menggunakan Analisis Swot Di Pt. Bm. *Industrika : Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 8(1), 34–43.
<https://doi.org/10.37090/Indstrk.V8i1.1168>
- Dwijayati, G. N., & Andriani, D. (2024). Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Pendekatan Bmc Dan Analisis Swot Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing (Studi Kasus Pada Cv Kembar Promosi. 4(2).
- Ennis, S. (2020). *Formulating and Implementing Sports Marketing Strategy*.
https://doi.org/10.1007/978-3-030-53740-1_6
- Fristasya, A., Az-Zahra, C. R., Sumiati, M., Fauziah, S., & Ahmad, F. (2021). Pendekatan Swot Dalam Pengambilan Keputusan Perencanaan Sdm Di Pt X. *Setia Mengabdi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 20–30.
<https://doi.org/10.31113/Setiamengabdi.V2i1.17>
- Feng, S. (2022, November 25). *Research on success factors of management consulting projects in SMEs*. <https://doi.org/10.1145/3572996.3572997>
- Gustav, S. J., Sanjaya, R., & Nugroho, A. C. (2022). Business Plan for StartUp Business Mentoring Service. *Journal of Business and Technology*.
<https://doi.org/10.24167/jbt.v2i3.4989>
- Hassandi, I., Gustiana Pangestu, M., Septiawan Syaputra, A., Qur'aini, T., & Tri Agustin, A. (2024). Analisis Swot Dalam Penentuan Strategi Bisnis Pada Umkm Aulia Snack Jambi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan (Jumanage)*, 3(2), 460–467.
<http://Creativecommons.Org/Licenses/By/4.0/Jumanagehttps://Ejournal.Unama.Ac.Id/Index.Php/Jumanage>

- Hastomo, W., Bayangkari Karno, A. S., Arif, D., & Moreta, E. S. (2022). Exploratory Data Analysis Untuk Data Belanja Pelanggan dan Pendapatan Bisnis. *Infotekmesin: Media Komunikasi Ilmiah Politeknik Cilacap*. <https://doi.org/10.35970/infotekmesin.v13i2.1547>
- Huddin Misba. (2021). *Manajemen Strategi Analisis Swot Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Pada Bmt Nu Pusat Gapura Sumenep*. 2, 94–111.
- 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 Journal*, 2(1), 9–17. [Http://Ijespgjournal.Org](http://Ijespgjournal.Org)
- Jannah, M., & Firdaus, M. R. (2022). SWOT Analysis in Determining Marketing Strategy at PT. Sejahtera Wahana Gemilang (Chitose Surabaya). *Daengku*. <https://doi.org/10.35877/454ri.daengku1319>
- Lima, A. H. (2023). An Analysis on Human Resource Management in Small and Medium-Sized Enterprises. *Applied Economics and Policy Studies*. https://doi.org/10.1007/978-981-19-7826-5_145
- Lozovik, Y., Tishkov, B., Pomazun, O., Derbentsev, V., & Hostyryk, A. (2021). *Improvement of the methods of assessing the influence of external factors on the strengths and weaknesses of the enterprise*. <https://doi.org/10.1051/SHSCONF/202110706006>
- Lima, E., Nascimento, M. H. R., Alencar, D. B. de, Nascimento, M. R., Pinto Júnior, J. R. L., & Silva, A. L. F. da. (2021). Swot Analysis Implemented With Fuzzy Inference to Support Decision Making. *International Journal for Innovation Education and Research*. <https://doi.org/10.31686/IJIER.VOL9.ISS9.3368>
- Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *Jps (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97–112. <https://doi.org/10.46367/Jps.V1i1.205>
- Molchanova, S. M. (2023). Digital business strategies of the company. *Ekonomika i Upravlenie: Problemy, Resheniâ*. <https://doi.org/10.36871/ek.up.p.r.2023.02.03.004>
- Mirna Mirna, Jennie Rorensia, Kurniawan, & Indah Noviyanti. (2024). Analisis Swot Dalam Perencanaan Strategi Pemasaran Umkm Juragan Pisang 99 Di Pangkalpinang. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 88–101. <https://doi.org/10.61132/Manuhara.V2i3.942>
- Muktarom, A., Budheci, D. R., Habibah, N., Afriliani, S. D., Wahyudi, P. H., Ningsih, R., & Supandi, A. (2022). Strategi Bisnis Dengan Pendekatan Business Model Canvas (Bmc) Dan Analisis Swot Pada Warung Makan Bebek Nano-Nano. *Jurnal Usaha*, 3(2), 63–78. <https://doi.org/10.30998/Juuk.V3i2.1558>
- Nurmaisya, I. P., Nadila, A. G., & Khumairoh, F. A. (2024). Perancangan Strategi

- Bisnis Dengan Analisis Swot Dan Business Model Canvas (Bmc) Pada Ukm Xyz. *Trending: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, 2(3), 210–226.
- Pasaribu, R. D., Pertiwi, A. N., & Sugiharto, Z. I. (2022). Strategi Bisnis Dan Program Fungsional Pada Usaha Roti Dengan Pendekatan Analisis Dan Matriks Swot. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (Mea)*, 6(3), 1450–1465. <https://doi.org/10.31955/Mea.V6i3.2503>
- Pebriyanti, F. E., Wening, R. R., & Widodasih, K. (2023). Analisis Strategi Keunggulan Bersaing Dengan Pendekatan Swot Pada Umkm Azkia Collection, Cikarang Selatan Kabupaten Bekasi. *Jambura*, 6(2), 704–710. <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/jimb>
- laskova, N. S. (2022). Improvement of Methodological Tools for Business Analysis of the Effective Company's Performance. *Nauki o Zarzadzaniu*. <https://doi.org/10.26794/2304-022x-2022-12-1-32-41>
- 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. <https://doi.org/10.23887/ijcs.v6i1.40965>
- Rahajeng, Y. (2022). Analisis SWOT Sebagai Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Saing. *Jurnal Ilmiah Eco Buss*. <https://doi.org/10.51747/ecobuss.v10i2.1136>
- Ryana Devi, W. S. G., Pringgandinie, D. R., Yulina, H., & Hadiansah, D. (2022). SWOT Analysis as a Competitive Strategy at Primkop Kartika Ardagusema Cimahi City, West Java, Indonesia. *International Journal Of Science, Technology & Management*. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v3i1.451>
- Saifuddiin, M. A. (2022). Analisis Swot Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Suli5 Pt.Umsurya Bina Bangsa. *7787, 14(8.5.2017)*, 2003–2005.
- Suardika, I. K., & Yasa, G. A. (2023). Strategi Bisnis Usaha Mikro Kecil Melalui Analisis Swot Pada Usaha Dagang Di Desa Sari Mekar (Studi Kasus Ud Toya Mertaada). *Jurnal Publikasi Ekonomi Dan Akuntansi*, 3(1), 120–131. <https://doi.org/10.51903/Jupea.V3i1.505>
- Surveyandini, M. (2022). *The Results of the SWOT Analysis Approach in Formulating Company Strategy at the American English Course Purwokerto*. <https://doi.org/10.35335/probisnis.v13i1.22>
- Sylvia, R., & Hayati, D. (2023). Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Produk Indosat Pada Pt X. *Dinamika Ekonomi: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 124–134.
- Taherdoost, H., & Madanchian, M. (2021). *Determination of Business Strategies Using SWOT Analysis; Planning and Managing the Organizational Resources to Enhance Growth and Profitability*.

<https://doi.org/10.30564/MMPP.V3I1.2748>

- Tirtasasmita, D. N., Sutirto, H. R., Amin, M. F., Ramadhan, H., Jamiat, N., Studi, P., Bisnis, A., Telkom, U., Bandung, K., Barat, J., Fashion, E., Bisnis, S., & Fashion, E. (2024). *Strategi Bisnis Dengan Pendekatan Analisis Swot Pada Emira Fashion Di Bandung*. 13(1).
- Windy, E. A., & Isharina, I. K. (2024). *Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan Business Model Canvas Dan Swot*. 3(2), 331–344.
- Zianah Safitri, Wendi El, Viona Paskreyanti Sitorus, & Indah Noviyanti. (2024). Analisis Swot Terhadap Pengembangan Strategi Bisnis Pada Warung Makan Asyik Desa Balunijuk. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 140–153. <https://doi.org/10.61132/Manuhara.V2i3.967>

