

PENERAPAN ANALISIS SWOT SEBAGAI DASAR PERUMUSAN STRATEGI PENJUALAN PADA TOKO SUHAIMI PERCETAKAN

Fidamayasari¹

¹Sistem Informasi, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Islam Indragiri,
Email: fidamayasari69@gmail.com¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi internal dan eksternal serta merumuskan strategi penjualan pada Toko Suhaimi Percetakan yang berlokasi di Tembilahan Hulu, Jalan Provinsi Parit 2. Usaha ini bergerak di bidang jasa percetakan yang meliputi layanan print dokumen, fotokopi, pencetakan kartu undangan, serta penjualan alat tulis dan kertas. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Toko Suhaimi Percetakan memiliki kekuatan berupa variasi layanan yang lengkap, lokasi yang strategis, pelayanan yang baik, dan harga yang terjangkau. Namun, terdapat kelemahan seperti keterbatasan promosi, penggunaan teknologi yang belum optimal, serta manajemen usaha yang masih sederhana. Dari sisi eksternal, peluang yang dimiliki antara lain tingginya kebutuhan masyarakat terhadap jasa percetakan dan potensi pemanfaatan media digital, sedangkan ancaman berasal dari meningkatnya persaingan usaha, perkembangan digitalisasi, dan fluktuasi harga bahan baku. Berdasarkan hasil analisis SWOT, strategi yang dapat diterapkan adalah memanfaatkan kekuatan untuk menangkap peluang (strategi SO), meningkatkan promosi berbasis digital, memperbaiki manajemen usaha, serta mempertahankan kualitas layanan dan harga yang kompetitif. Dengan penerapan strategi yang tepat, diharapkan Toko Suhaimi Percetakan dapat meningkatkan kinerja penjualan dan mampu bersaing secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Strategi Penjualan, Usaha Percetakan, UMKM.

1 PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha pada era globalisasi saat ini menunjukkan dinamika yang semakin kompetitif, termasuk pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Persaingan yang semakin ketat menuntut setiap pelaku usaha untuk memiliki strategi yang tepat agar dapat bertahan dan berkembang. Salah satu sektor usaha yang turut mengalami dinamika tersebut adalah usaha percetakan dan penjualan alat tulis. Kebutuhan masyarakat terhadap layanan percetakan seperti pencetakan dokumen, fotokopi, pembuatan kartu undangan, serta penyediaan alat tulis kantor dan kertas masih tergolong tinggi, terutama di daerah yang memiliki aktivitas pendidikan, administrasi, dan kegiatan sosial yang cukup intens. Di tengah kondisi tersebut, keberadaan usaha percetakan skala kecil memiliki peran yang cukup penting dalam mendukung kebutuhan masyarakat sehari-hari. Salah satu usaha yang bergerak di bidang ini adalah Toko Suhaimi Percetakan yang berlokasi di Tembilahan Hulu, tepatnya di Jalan Provinsi Parit 2. Usaha ini menyediakan berbagai layanan seperti print dokumen, fotokopi, pencetakan kartu undangan, serta penjualan alat tulis dan kertas. Dengan variasi layanan yang ditawarkan, Toko Suhaimi Percetakan berupaya memenuhi kebutuhan konsumen dari berbagai kalangan, mulai dari pelajar, mahasiswa, hingga masyarakat umum.

Namun demikian, dalam menjalankan usahanya, Toko Suhaimi Percetakan juga menghadapi berbagai tantangan yang tidak dapat diabaikan. Persaingan dengan usaha sejenis yang semakin

banyak bermunculan menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi keberlangsungan usaha. Selain itu, perkembangan teknologi digital juga turut membawa perubahan pada perilaku konsumen, di mana sebagian kebutuhan percetakan mulai beralih ke format digital. Kondisi ini menuntut pelaku usaha untuk mampu beradaptasi dan merumuskan strategi yang tepat agar tetap relevan dengan kebutuhan pasar. Di sisi lain, terdapat pula peluang yang dapat dimanfaatkan oleh Toko Suhaimi Percetakan. Lokasi usaha yang strategis di pinggir jalan provinsi memberikan akses yang mudah bagi konsumen untuk menjangkau layanan yang tersedia. Selain itu, kebutuhan akan jasa percetakan masih tetap dibutuhkan, terutama untuk dokumen resmi, keperluan pendidikan, dan acara-acara tertentu seperti undangan pernikahan atau kegiatan sosial lainnya. Keberagaman produk dan jasa yang ditawarkan juga menjadi nilai tambah yang dapat menarik minat konsumen. Untuk dapat memahami secara lebih mendalam kondisi internal dan eksternal yang dihadapi oleh usaha ini, diperlukan suatu pendekatan analisis yang sistematis. Salah satu metode yang dapat digunakan adalah analisis SWOT, yang mencakup identifikasi kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats). Analisis ini dapat membantu pelaku usaha dalam mengevaluasi posisi usahanya serta merumuskan strategi yang lebih efektif dan efisien dalam meningkatkan kinerja penjualan.

Kekuatan (strengths) yang dimiliki oleh Toko Suhaimi Percetakan dapat berupa variasi layanan yang lengkap, hubungan yang baik dengan pelanggan, serta lokasi yang mudah diakses. Sementara itu, kelemahan (weaknesses) yang mungkin dihadapi antara lain keterbatasan dalam promosi, penggunaan teknologi yang belum optimal, atau keterbatasan sumber daya manusia. Di sisi eksternal, peluang (opportunities) dapat muncul dari meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap jasa percetakan dan alat tulis, serta potensi kerja sama dengan instansi pendidikan atau perkantoran. Adapun ancaman (threats) dapat berasal dari munculnya pesaing baru, perubahan preferensi konsumen, serta perkembangan teknologi yang mengurangi kebutuhan akan layanan percetakan konvensional. Dengan melakukan analisis SWOT, diharapkan Toko Suhaimi Percetakan dapat memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai kondisi usahanya saat ini. Hasil analisis tersebut kemudian dapat digunakan sebagai dasar dalam merumuskan strategi penjualan yang lebih tepat sasaran. Strategi yang dimaksud tidak hanya berfokus pada peningkatan jumlah penjualan, tetapi juga mencakup upaya untuk meningkatkan kualitas layanan, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat daya saing usaha.

Dalam konteks pengabdian kepada masyarakat, kegiatan analisis ini juga memiliki nilai strategis dalam memberikan pendampingan kepada pelaku UMKM. Melalui pendekatan yang sistematis dan berbasis data, pelaku usaha dapat lebih memahami potensi dan tantangan yang dihadapi, sehingga mampu mengambil keputusan yang lebih rasional dan terarah. Dengan demikian, diharapkan usaha yang dijalankan tidak hanya mampu bertahan, tetapi juga berkembang secara berkelanjutan. Selain itu, penting bagi pelaku usaha untuk mulai mempertimbangkan pemanfaatan teknologi digital sebagai bagian dari strategi pengembangan usaha. Misalnya, penggunaan media sosial sebagai sarana promosi, penerapan layanan pemesanan secara daring, serta pengelolaan administrasi yang lebih tertata. Langkah-langkah ini dapat membantu meningkatkan efisiensi operasional sekaligus memperluas jangkauan pasar yang sebelumnya terbatas pada konsumen di sekitar lokasi usaha.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa Toko Suhaimi Percetakan memiliki potensi yang cukup besar untuk berkembang, namun juga dihadapkan pada berbagai tantangan yang perlu dikelola dengan baik. Oleh karena itu, analisis SWOT menjadi salah satu pendekatan yang relevan untuk digunakan dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kinerja usaha serta merumuskan strategi penjualan yang lebih efektif. Melalui penyusunan jurnal pengabdian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam membantu pelaku usaha, khususnya Toko Suhaimi Percetakan, dalam meningkatkan kinerja penjualannya. Selain itu, hasil dari kegiatan ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku UMKM lainnya yang memiliki karakteristik usaha serupa dalam mengembangkan strategi bisnis yang lebih kompetitif dan berkelanjutan.

2 METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan tujuan untuk menganalisis kondisi internal dan eksternal usaha melalui pendekatan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan gambaran yang mendalam mengenai situasi nyata yang dihadapi oleh Toko Suhaimi Percetakan, khususnya dalam kaitannya dengan strategi penjualan dan pengembangan usaha.

Jenis penelitian yang digunakan dalam kegiatan ini adalah penelitian lapangan (field research), yang dilakukan secara langsung di lokasi usaha, yaitu Toko Suhaimi Percetakan yang beralamat di Tembilahan Hulu, Jalan Provinsi Parit 2. Penelitian lapangan dipilih agar peneliti dapat memperoleh data yang akurat dan kontekstual sesuai dengan kondisi sebenarnya di lapangan. Subjek dalam penelitian ini adalah pemilik usaha Toko Suhaimi Percetakan serta pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan operasional usaha. Selain itu, konsumen yang menggunakan jasa percetakan juga dapat dijadikan sebagai informan tambahan untuk memperoleh perspektif yang lebih luas mengenai kualitas layanan dan kebutuhan pasar.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi beberapa metode, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan cara mengamati secara langsung aktivitas operasional usaha, seperti proses pelayanan pelanggan, jenis layanan yang diberikan, serta kondisi sarana dan prasarana yang dimiliki. Wawancara dilakukan secara langsung dengan pemilik usaha dan beberapa pelanggan untuk menggali informasi terkait kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh usaha tersebut. Sementara itu, dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data pendukung seperti catatan penjualan, daftar layanan, serta dokumentasi kegiatan usaha. Data yang telah diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis SWOT. Tahapan analisis dimulai dengan mengidentifikasi faktor-faktor internal yang terdiri dari kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses), serta faktor-faktor eksternal yang meliputi peluang (opportunities) dan ancaman (threats). Selanjutnya, faktor-faktor tersebut disusun dalam matriks SWOT untuk mengetahui posisi usaha dan merumuskan alternatif strategi yang dapat diterapkan.

Dalam proses analisis, peneliti juga melakukan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilah dan menyederhanakan data yang relevan dengan fokus penelitian. Penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif agar mudah dipahami. Sedangkan penarikan kesimpulan dilakukan berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan secara sistematis. Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi, yaitu dengan membandingkan data yang diperoleh dari berbagai sumber dan metode pengumpulan data. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan memiliki tingkat validitas dan reliabilitas yang baik. Melalui metode penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh gambaran yang komprehensif mengenai kondisi usaha Toko Suhaimi Percetakan, sehingga dapat menjadi dasar dalam merumuskan strategi penjualan yang lebih efektif dan sesuai dengan kondisi yang ada di lapangan.

3 HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi pada Toko Suhaimi Percetakan yang berlokasi di Tembilahan Hulu, Jalan Provinsi Parit 2, diperoleh gambaran mengenai kondisi usaha baik dari aspek internal maupun eksternal. Analisis ini difokuskan pada identifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kinerja penjualan melalui pendekatan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats).

3.1 Hasil Identifikasi Faktor Internal

Faktor internal mencakup kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses) yang dimiliki oleh Toko Suhaimi Percetakan.

A. Kekuatan (Strengths)

Toko Suhaimi Percetakan memiliki beberapa kekuatan yang menjadi modal utama dalam menjalankan usahanya. Pertama, variasi layanan yang cukup lengkap, seperti print dokumen, fotokopi, pencetakan kartu undangan, serta penjualan alat tulis dan kertas. Hal ini memudahkan konsumen untuk mendapatkan berbagai kebutuhan dalam satu tempat. Kedua, lokasi usaha yang strategis di pinggir jalan provinsi sehingga mudah diakses oleh masyarakat. Ketiga, hubungan yang baik antara pemilik usaha dengan pelanggan, yang ditunjukkan melalui pelayanan yang ramah dan responsif. Keempat, harga yang relatif terjangkau sehingga dapat menjangkau berbagai lapisan masyarakat.

B. Kelemahan (Weaknesses)

Di samping kekuatan, terdapat beberapa kelemahan yang perlu diperhatikan. Pertama, promosi usaha yang masih terbatas dan belum memanfaatkan media digital secara optimal. Kedua, keterbatasan peralatan percetakan yang dapat memengaruhi kecepatan dan kualitas layanan. Ketiga, manajemen usaha yang masih sederhana, terutama dalam pencatatan keuangan dan administrasi. Keempat, keterbatasan sumber daya manusia yang menyebabkan pelayanan menjadi kurang maksimal pada saat ramai pelanggan.

3.2 Hasil Identifikasi Faktor Eksternal

Faktor eksternal meliputi peluang (opportunities) dan ancaman (threats) yang berasal dari lingkungan di luar usaha.

A. Kesempatan (Opportunities)

Peluang yang dapat dimanfaatkan oleh Toko Suhaimi Percetakan antara lain meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap jasa percetakan, khususnya dari kalangan pelajar, mahasiswa, dan perkantoran. Selain itu, masih banyak kegiatan sosial seperti pernikahan dan acara lainnya yang membutuhkan jasa percetakan undangan. Perkembangan teknologi digital juga sebenarnya dapat menjadi peluang jika dimanfaatkan sebagai media promosi dan pemasaran. Adanya potensi kerja sama dengan sekolah, instansi, atau organisasi juga dapat meningkatkan volume penjualan.

B. Ancaman (Threats)

Ancaman yang dihadapi antara lain munculnya usaha percetakan sejenis di sekitar wilayah tersebut yang menawarkan layanan serupa. Selain itu, perkembangan teknologi digital yang mengurangi penggunaan dokumen fisik menjadi tantangan tersendiri. Perubahan harga bahan baku seperti kertas dan tinta juga dapat memengaruhi biaya operasional. Persaingan harga antar pelaku usaha juga berpotensi menurunkan keuntungan.

3.3 Matriks Strategi SWOT

Berdasarkan hasil identifikasi faktor internal dan eksternal, dapat dirumuskan strategi yang dapat dilihat pada tabel 1 berikut:

Tabel 1 Matriks Strategi SWOT

Strategi	Perumusan Strategi
SO (Strengths–Opportunities)	Memanfaatkan kelengkapan layanan dan lokasi strategis untuk menarik lebih banyak pelanggan, serta menjalin kerja sama dengan sekolah dan instansi
WO (Weaknesses–Opportunities)	Meningkatkan promosi melalui media sosial dan memperbaiki manajemen usaha untuk memanfaatkan peluang pasar
ST (Strengths–Threats)	Mempertahankan kualitas pelayanan dan harga bersaing untuk menghadapi persaingan usaha
WT (Weaknesses–Threats)	Melakukan pembenahan internal seperti peningkatan peralatan dan efisiensi operasional untuk mengurangi dampak ancaman

3.4 Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis SWOT, dapat diketahui bahwa Toko Suhaimi Percetakan memiliki potensi yang cukup baik untuk berkembang, terutama karena didukung oleh variasi layanan yang lengkap dan lokasi yang strategis. Hal ini menunjukkan bahwa secara internal, usaha ini memiliki kekuatan yang dapat diandalkan dalam menarik konsumen.

Namun demikian, kelemahan yang dimiliki, seperti keterbatasan promosi dan manajemen usaha yang masih sederhana, perlu segera diperbaiki agar tidak menghambat perkembangan usaha. Pemanfaatan teknologi digital, seperti media sosial, dapat menjadi solusi yang efektif untuk meningkatkan visibilitas usaha di tengah persaingan yang semakin ketat.

Dari sisi eksternal, peluang yang ada masih cukup besar, terutama karena kebutuhan masyarakat terhadap jasa percetakan belum sepenuhnya tergantikan oleh teknologi digital. Akan tetapi, ancaman dari pesaing dan perkembangan teknologi tetap harus diantisipasi dengan strategi yang tepat.

Strategi yang dihasilkan dari matriks SWOT menunjukkan bahwa langkah yang paling relevan adalah mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada (strategi SO). Selain itu, pembenahan pada aspek internal juga perlu dilakukan agar usaha dapat lebih siap dalam menghadapi tantangan yang ada.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penerapan analisis SWOT pada Toko Suhaimi Percetakan memberikan gambaran yang jelas mengenai kondisi usaha serta arah strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kinerja penjualan. Implementasi strategi yang tepat diharapkan mampu membantu usaha ini untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang semakin kompetitif.

4 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Toko Suhaimi Percetakan memiliki potensi yang cukup baik dalam meningkatkan kinerja penjualannya. Hal ini didukung oleh beberapa kekuatan utama, seperti kelengkapan layanan yang ditawarkan, lokasi usaha yang strategis, pelayanan yang ramah, serta harga yang relatif terjangkau. Kekuatan-kekuatan tersebut menjadi modal penting dalam menarik dan mempertahankan pelanggan.

Namun demikian, usaha ini masih menghadapi beberapa kelemahan, di antaranya keterbatasan dalam promosi, penggunaan teknologi yang belum optimal, manajemen usaha yang masih sederhana, serta keterbatasan sumber daya manusia. Kelemahan-kelemahan ini berpotensi menghambat perkembangan usaha apabila tidak segera diatasi.

Dari sisi eksternal, terdapat peluang yang cukup besar, seperti tingginya kebutuhan masyarakat terhadap jasa percetakan dan alat tulis, serta potensi pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi. Akan tetapi, usaha ini juga dihadapkan pada berbagai ancaman, seperti meningkatnya jumlah pesaing, perkembangan digitalisasi yang mengurangi kebutuhan cetak, serta fluktuasi harga bahan baku.

Melalui analisis SWOT, dapat dirumuskan bahwa strategi yang paling tepat untuk diterapkan adalah dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk menangkap peluang yang ada (strategi SO), disertai dengan upaya perbaikan pada aspek kelemahan (strategi WO). Selain itu, menjaga kualitas layanan dan daya saing harga juga menjadi langkah penting dalam menghadapi ancaman yang ada.

Dengan demikian, penerapan strategi yang tepat dan berkelanjutan diharapkan dapat membantu Toko Suhaimi Percetakan dalam meningkatkan kinerja penjualan, memperluas pangsa pasar, serta mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan usaha yang semakin kompetitif.

UCAPAN TERIMA KASIH (Opsional)

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga jurnal pengabdian ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulisan jurnal ini tidak terlepas dari bantuan, dukungan, dan kerja sama dari berbagai pihak.

Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pemilik Toko Suhaimi Percetakan yang telah memberikan izin, waktu, serta informasi yang dibutuhkan selama proses penelitian dan pengabdian berlangsung. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh pihak yang terlibat dalam operasional usaha yang telah bersedia menjadi narasumber dan memberikan data yang diperlukan.

Selanjutnya, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta masukan yang sangat berharga dalam penyusunan jurnal ini. Tidak lupa, penulis juga berterima kasih kepada rekan-rekan yang telah memberikan dukungan dan motivasi selama proses penyusunan.

Penulis menyadari bahwa jurnal ini masih memiliki keterbatasan dan jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna perbaikan di masa yang akan datang. Semoga jurnal ini dapat memberikan manfaat, khususnya bagi pengembangan usaha kecil dan menengah serta bagi pihak-pihak yang membutuhkan. Akhir kata, semoga segala bantuan yang telah diberikan mendapatkan balasan yang setimpal.

REFERENSI

- [1] S. Invida, "Jurnal Ekonomi Trisakti <https://www.e-journal.trisakti.ac.id/index.php/jet>," vol. 4, no. 2, pp. 553–562, 2024.
- [2] F. Anjarika, K. Wardani, and E. Setyowati, "Implementasi Analisis SWOT dalam Menentukan Marketing Strategy Usaha Sablon Kaos ' My Blessing Cloth ,'" vol. 3, no. 1, pp. 20–29, 2027.
- [3] D. A. N. Menengah *et al.*, "Analisis strategi pemasaran pada usaha mikro, kecil, dan menengah (umkm) ud. difiy printing (studi penelitian umkm percetakan di kaje margoyoso pati)," vol. 2, no. 4, pp. 3170–3184, 2024.
- [4] L. K. Rahaded and F. Heatubun, "Analisis Strategi Pemasaran Pada Usaha Percetakan Dunia Print Manokwari Papua Barat," pp. 9845–9858, 2025.
- [5] Y. Firayanti, "Jurnal Sains Ekonomi dan Edukasi Strategi Pemasaran UMKM Percetakan (Studi Kasus Ahmal," vol. 3, no. 2, pp. 280–295, 2026.
- [6] N. Aliantie, D. P. Ompusungu, F. Ekonomi, D. Bisnis, U. Palangka, and W. I. Patin, "PALANGKARAYA," vol. 1, no. 3, pp. 87–96, 2023.
- [7] A. F. Rohman, "Analisis Strategi Pemasaran Pada Percetakan Cipta Ratu," vol. 3, no. 3, 2023.
- [8] S. Dan, O. Pengelolaan, L. Keuangan, S. Apriliani, E. M. Algata, and O. E. Kristayana, "Abdi Makarti Vol. 4 No. 1 – April 2025," vol. 4, no. 1, pp. 45–50, 2025.
- [9] J. Manajemen, "Juminten CV . Kita Printing dengan Pendekatan Analisis SWOT dan Metode Quantitative Strategic Planning Matrix Marketing Strategy Analysis of Printing Services Business at," vol. 03, no. 02, pp. 61–72, 2022.
- [10] D. Intan, T. Liontin, K. Syarifah, N. Habibah, N. P. Salsabila, and N. Aulia, "Jurnal Penelitian Nusantara Pengembangan Ide Bisnis Unit Usaha Toko Kitab Al-Bidayah Jember Menulis : Jurnal Penelitian Nusantara," vol. 1, pp. 484–491, 2025.
- [11] N. D. Pramanik, W. Warsiati, A. N. Dinesta, and W. S. Oktaviani, "Analisis swot pada usaha toko dh plastik bandung 1," vol. 12, pp. 1–9, 2024.
- [12] T. Hidayat, A. Wulandari, H. Mulyanto, A. Riski, and R. Muhsoni, "Meningkatkan Daya Saing UMKM melalui Analisis SWOT dan NIB," vol. 7, no. 1, pp. 8–13, 2024.
- [13] O. Feriandy, K. P. Abdila, and I. Masrifah, "ANALISIS SWOT PADA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH SABLON (STUDI KASUS UMKM ONDERDIL SABLON , KOTA JAKARTA

- SELATAN , DKI JAKARTA),” pp. 199–205.
- [14] H. Ali and F. Saputra, “Analisis SWOT dalam Merebut Pasar pada Dinasti Publisher,” vol. 5, no. 6, pp. 1943–1948, 2025.
- [15] T. F. Musfar, S. W. Wildah, and U. Riau, “Jurnal Kajian Teori dan Praktik Pendidikan Jurnal Kajian Teori dan Praktik Pendidikan,” vol. 5, no. 3, 2024.
- [16] E. Latifah *et al.*, “ANALISIS SWOT DALAM MENGEMBANGKAN UNIT USAHA PADA,” vol. 1, no. 02, pp. 80–99, 2022.