Jurnal Bisnis Kreatif dan Inovatif
Volume 3, Nomor 3 September 2026
E-ISSN .: 3046-9058; P-ISSN .: 3047-0234; Hal. 01-10
DOI: https://doi.org/10.61132/jubikin.v3i3.1464
Tersedia: https://ejournal.arimbi.or.id/index.php/JUBIKIN

Strategi Pengembangan Usaha pada Songket Pash Menggunakan Analisis SWOT

Azelia Fasadina[1], Hendra Sastrawinata[2], Andriansyah Bari[3]
[1-3]Manajemen Bisnis , Politeknik Negeri Sriwijaya, Palembang, Indonesia
Email: azeliafasadina22@gmail.com[1], hendrasastrawinata123@gmail.com[2], andriansyah@polsri.ac.id[3]

**Penulis Korespondensi: azeliafasadina22@gmail.com*

Abstract. *Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in promoting economic growth, creating employment opportunities, and enhancing the competitiveness of local products. One of the MSMEs operating in the traditional woven fabric industry is Songket Pash in Palembang City, which continues to develop its business to remain competitive amid changing consumer preferences and market developments. This study aims to analyze the internal and external conditions and determine an appropriate business development strategy for Songket Pash MSME using SWOT analysis and the TOWS Matrix. This research employed a descriptive qualitative method with data collected through observation, interviews, and documentation. The findings indicate that Songket Pash has favorable internal and external conditions, with strengths and opportunities outweighing weaknesses and threats. Based on the SWOT analysis, the business is positioned to implement a growth-oriented strategy by utilizing its strengths to seize market opportunities. The recommended strategies include improving service quality, developing customized and trend-oriented products, optimizing marketing activities, and expanding market reach. These strategies are expected to enhance competitiveness, strengthen the MSME's market position, and support sustainable business development.*

Keywords: *Development Strategy; MSMES; Songket Pash; SWOT; TOWS.*

Abstrak. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, serta meningkatkan daya saing produk lokal. Salah satu UMKM yang bergerak di bidang kerajinan songket adalah Songket Pash di Kota Palembang yang terus berupaya mengembangkan usahanya agar mampu bersaing di tengah perubahan kebutuhan konsumen dan perkembangan pasar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi internal dan eksternal serta menentukan strategi pengembangan usaha yang tepat pada UMKM Songket Pash menggunakan analisis SWOT dan Matriks TOWS. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Songket Pash memiliki kondisi internal dan eksternal yang mendukung pengembangan usaha, dengan kekuatan dan peluang yang lebih dominan dibandingkan kelemahan dan ancaman. Berdasarkan hasil analisis SWOT, Songket Pash berada pada posisi yang mendukung penerapan strategi pertumbuhan melalui pemanfaatan kekuatan yang dimiliki untuk menangkap peluang pasar. Strategi yang direkomendasikan meliputi peningkatan kualitas pelayanan, pengembangan produk *custom* dan inovasi produk sesuai tren, optimalisasi kegiatan pemasaran, serta perluasan jangkauan pasar. Penerapan strategi tersebut diharapkan dapat meningkatkan daya saing, memperkuat posisi UMKM di pasar, dan mendukung pengembangan usaha secara berkelanjutan.

Kata Kunci: MSME; Songket Pash; Strategi Pengembangan; SWOT; TOWS.

1. LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian Indonesia. Selain berperan dalam menciptakan lapangan kerja, UMKM juga menjadi penggerak pertumbuhan ekonomi daerah melalui peningkatan produksi, pendapatan masyarakat, serta pengembangan ekonomi kreatif.

Naskah Masuk: 15 Juni 2026; Revisi: 10 Juli 2026; Diterima: 11 Agustus 2026; Terbit: 01 September 2026

Salah satu sektor UMKM yang memiliki potensi besar adalah industri kerajinan berbasis budaya, seperti kerajinan kain songket khas Palembang. Songket tidak hanya memiliki nilai budaya sebagai warisan daerah, tetapi juga memiliki nilai ekonomi yang tinggi karena dapat dikembangkan menjadi berbagai produk fesyen dan cendera mata. Meningkatnya tren penggunaan produk lokal serta fesyen etnik menjadi peluang bagi pelaku usaha songket untuk memperluas pasar dan meningkatkan nilai tambah produk.

Songket Pash merupakan salah satu UMKM yang bergerak pada bidang produksi dan pemasaran kain songket beserta berbagai produk turunannya di Kota Palembang. Dalam menjalankan usahanya, perusahaan telah memanfaatkan pemasaran secara online maupun offline serta menawarkan layanan produk sesuai permintaan pelanggan. Meskipun demikian, perusahaan masih menghadapi beberapa tantangan, seperti meningkatnya biaya administrasi *marketplace*, persaingan usaha yang semakin ketat, perubahan tren pasar yang cepat, serta fluktuasi harga bahan baku yang dapat memengaruhi keberlangsungan usaha. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perusahaan perlu memiliki strategi pengembangan usaha yang mampu memanfaatkan kekuatan dan peluang yang dimiliki sekaligus meminimalkan kelemahan dan ancaman.

Analisis SWOT merupakan salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal perusahaan dalam merumuskan strategi bisnis (Mia Putri Yeza., dkk 2024). Melalui analisis SWOT, perusahaan dapat mengetahui kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang dihadapi. Selanjutnya, hasil analisis tersebut dipadukan dengan Matriks TOWS untuk menghasilkan alternatif strategi pengembangan usaha yang lebih terarah sesuai dengan kondisi perusahaan.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa analisis SWOT telah banyak digunakan dalam penyusunan strategi pengembangan usaha pada berbagai sektor UMKM. Namun, sebagian besar penelitian hanya berfokus pada satu atau dua aspek usaha, sedangkan penelitian ini menganalisis kondisi internal secara lebih komprehensif melalui aspek produksi, pemasaran, sumber daya manusia, dan keuangan yang dipadukan dengan analisis lingkungan eksternal. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategi yang lebih sesuai dengan kondisi nyata Songket Pash.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal yang memengaruhi perkembangan usaha Songket Pash menggunakan Matriks IFAS dan EFAS, menentukan posisi perusahaan melalui Diagram SWOT, serta merumuskan

strategi pengembangan usaha menggunakan Matriks TOWS sebagai dasar dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

2. KAJIAN TEORITIS

Strategi Pengembangan Usaha

Strategi pengembangan usaha merupakan serangkaian langkah yang disusun oleh perusahaan untuk mencapai tujuan usaha melalui pemanfaatan sumber daya yang dimiliki secara efektif dan efisien (Arista Ardiningrum dkk., 2023). Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing pada perusahaan dengan memanfaatkan peluang yang ada serta mengatasi berbagai kendala yang dihadapi (Safitri dkk., 2024).

Lingkungan Usaha

Lingkungan Internal

Analisis lingkungan internal bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) perusahaan sebagai dasar dalam penyusunan strategi pengembangan usaha (Nina & Hayati, 2020). Lingkungan internal terdiri dari Produksi, pemasaran, sumber daya manusia, dan keuangan.

Produksi merupakan kegiatan yang bertujuan dalam menghasilkan nilai barang atau jasa melalui tranformasi input menjadi input (Nawaliyah & Mohammad Mahfid Ahnan, 2024). Bagian produksi ini yang akan dianalisis adalah bagaimana pengelolaan produk meliputi semua bahan baku yang ada.

Pemasaran merupakan kegiatan usaha yang berkaitan dengan penyaluran barang dan jasa dari produsen ke konsumen (Riyanto & Rahayunianto., 2025) Dalam bagian ini, difokuskan pada analisis strategi pemasaran yang diterapkan pada usaha ini.

Pengelolaan sumber daya manusia mencakup berbagai proses, mulai dari perektrutan hingga penempatan tenaga kerja yang disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan. Oleh karena itu, analisis terhadap aspek sumber daya manusia perlu dilakukan untuk mengetahui keterampilan yang dimiliki.

Analisis dalam keuangan ini difokuskan pada pemahaman kondisi keuangan usaha berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha. Data yang diperolah kemudian dianalisis secara dekstriptif untuk memberikan gambaran di Songket Pash.

Lingkungan Eksternal

Lingkungan eksternal terdiri dari elemen-elemen di luar kendali perusahaan. Elemen tersebut dapat berupa peluang dan ancaman bagi kelangsungan suatu usaha (Yulisa dkk., 2024). Peluang merupakan kondisi eksternal dimana bersifat menguntungkan dan menjadi peluang

bagi perusahaan, sedangkan ancaman merupakan faktor eksternal yang berpotensi menghambat kelangsungan usaha.

Pengertian SWOT

Analisis SWOT adalah kerangka kerja yang digunakan perusahaan untuk merumuskan strategi dengan tujuan yang telah ditetapkan dengan mengevaluasi berbagai faktor yang dapat mempengaruhi kinerja serta pada posisi perusahaan di pasar (Jannah dkk., 2024). Dengan analisis SWOT, perusahaan dapat mengoptimalkan kekuatan Dengan analisis SWOT, perusahaan dapat mengoptimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), serta meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Faktor-faktor tersebut mencakup aspek internal maupun eksternal, yang menjadi dasar pengambilan keputusan strategis perusahaan.

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif untuk menganalisis strategi pengembangan usaha pada Songket paSH di Kota Palembang (Putra, 2024). Data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi, wawancara dengan pemilik usaha, karyawan, serta dokumentasi, sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi literatur dan dokumen yang berkaitan dengan penelitian (Andrianysah., dkk 2025). Teknik analisis data dilakukan menggunakan analisis SWOT melalui Matriks *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS), Matriks *External Factor Analysis Summary* (EFAS), Diagram SWOT, dan Matriks SWOT/TOWS untuk merumuskan strategi pengembangan usaha Songket paSH berdasarkan kondisi internal dan eksternal perusahaan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Produksi

Kondisi produksi pada Songket Pash dilakukan dengan dua metode, yaitu secara tradisional dan modern. Dalam menjalankan kegiatan produksinya, Songket Pash memperhatikan berbagai faktor yang mendukung kelancaran proses produksi, mulai dari pemilihan bahan baku hingga menghasilkan produk yang berkualitas. Adapun produk yang dihasilkan dengan berbahan dasar songket, seperti kain, aksesoris, dan souvenir.

Pemasaran

Pada pemasaran menunjukkan bahwa Songket Pash telah memanfaatkan pemasaran secara online maupun offline. Pemasaran online dilakukan melalui media sosial dan marketplace, sedangkan pemasaran offline dilakukan melalui toko fisik dan kegiatan pameran. Produk yang dipasarkan secara *online* didominasi oleh produk songket printing dan songket mesin dengan harga yang lebih terjangkau.

Produk-produk tersebut dipilih untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang meniginginkan motif khas songket dengan harga yang lebih ekonomis. Sementara itu untuk produk songket tenun tradisional, pemesanan khusus (*custom*), maupun produk dengan spesifikasi tertentu, konsumen dapat memperoleh informasi lebih lanjut dengan mengunjungi lokasi usaha maupun menghubungi pihak Songket Pash melalui WhatsApp.

Sumber Daya Manusia

Pada aspek sumber daya manusia, Songket Pash memiliki pembagian tugas yang disesuaikan dengan bidang pekerjaan masing-masing sehingga kegiatan operasional dapat berjalan secara efektif. Setiap karyawan memiliki tanggung jawab yang jelas pada bidang produksi, pemasaran, administrasi, dan pengemasan produk sesuai dengan kompetensinya. Pembagian tugas tersebut membantu meningkatkan koordinasi kerja, memperlancar proses operasional, serta mendukung efektivitas dalam menghasilkan dan memasarkan produk kepada konsumen.

Keuangan

Hasil analisis pada aspek keuangan menunjukkan bahwa Songket Pash memperoleh sumber permodalan dari modal pribadi dan hasil keuntungan usaha yang diputar kembali untuk mendukung pengembangan bisnis. Pengelolaan keuangan dilakukan melalui pencatatan terhadap pemasukan dan pengeluaran perusahaan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan.

Analisis SWOT

Analisis Matriks Internal dan Eksternal

Berdasarkan hasil pengolahan data, faktor internal dan eksternal Songket paSH dianalisis menggunakan *Matriks Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) dan *External Factor Analysis Summary* (EFAS). Analisis ini bertujuan untuk mengetahui kondisi internal perusahaan melalui identifikasi kekuatan dan kelemahan, serta kondisi eksternal melalui identifikasi peluang dan ancaman yang memengaruhi pengembangan usaha.

Tabel 1. Matriks IFAS Songket Pash

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
***Strengths* (Kekuatan)**			
Respon pelayanan cepat	0,1255	3,25	0,4079
Melayani custom produk	0,1235	3,19	0,3937
Proses Produksi cukup fleksibel	0,1036	3,31	0,3431
Selalu mengikuti tren (update produk)	0,1215	3,13	0,3797
Variasi produk cukup beragam	0,1096	3,13	0,3424
Jumlah	**0,5837**		**1,8671**
***Weaknesess* (Kelemahan)**			
Minimnya Outlet milik sendiri	0,0797	2,38	0,1892
Kualitas kontrol belum maksimal saat permintaan tinggi	0,0916	2,63	0,2405
Manajemen stok belum stabil			
Masih terjadi eror dalam proses produksi dan operasional	0,0797	2,38	0,1892
Standar operasional prosedur yang belum berjalan dengan baik	0,0837	2,56	0,2144
Jumlah			
Total Faktor Internal	0,0817	2,69	0,2195
	0,4164		**1,0528**
	1		**2,9197**

(Sumber: Hasil Olah Data, 2026)

Berdasarkan hasil perhitungan Matriks *Internal Factor Analysis Summary (IFAS)* kondisi internal Songket Pash menunjukkan bahwa faktor kekuatan lebih domindaripada kelemahannya. Hal tersebut terlihat dari total skor kekuatan sebesar 1,8671, sedangkan total skor kelemahan sebesar 1,0528, sehingga total skor faktor internal yang diperoleh adalah 2,9197.

Tabel 2. Matriks EFAS Songket Pash

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
***Opportunities* (Peluang)**			
Pasar *online* masih terus berkembang	0,1016	3,31	0,3366
Tren fesyen etnik semakin diminati	0,1032	3,19	0,3290
Digital marketing belum banyak dimaksimalkan pesaing	0,1000	3,06	0,3063
Peluang menjangkau pasar lebih luas	0,0952	3,44	0,3271
Minat terhadap produk lokal terus meningkat **Jumlah**	0,1016	3,19	0,3239
***Threats* (Ancaman)**			
Persaingan harga di marketplace cukup tinggi Biaya administrasi platform digital meningkat	**0,5016**		**1,6229**
Banyak produk pesaing dengan harga yang lebih murah	0,0855	2,56	0,2191
Kondisi pasar yang tidak stabil	0,0839	2,69	0,2254
Perubahan tren yang cepat	0,0774	2,31	0,1790
Adanya produk tiruan di pasar			
Jumlah	0,0839	2,50	0,2097
Total Faktor Internal	0,0887	2,44	0,2162
	0,0790	2,31	0,1828
	0,4984		**1,2322**
	1		**2,8550**

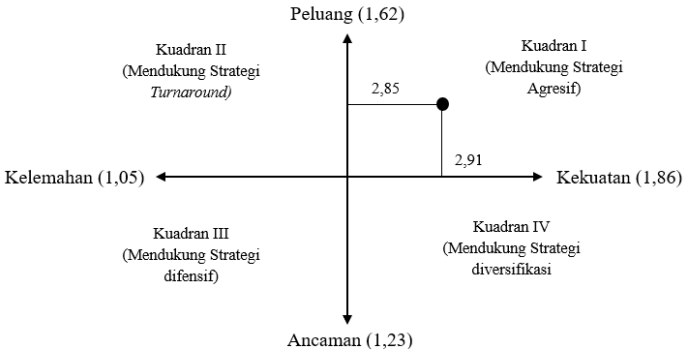
(Sumber: Hasil Olah Data, 2026)

Berdasarkan hasil analisis Matriks *External Factor Analysis Summary* (EFAS) diperoleh total skor faktor eksternal sebesar 2,8550. Hasil tersebut menunjukkan bahwa peluang yang dimiliki Songket Pash lebih besar dibandingkan ancaman yang dihadapi. Hal

ini terlihat dari total skor peluang sebesar 1,6229, sedangkan total skor ancaman sebesar 1,2322.

Analisis Diagram SWOT

Diagram analisis SWOT digunakan dengan tujuan memperoleh gambaran yang jelas mengenai hasil penelitian sehingga strategi yang paling tepat dapat ditetapkan sebagai rekomendasi bagi objek penelitian (Putri dan Samboro 2024).



Gambar 1. Diagram Kuadran SWOT Songket Pash

(Sumber: Hasil olah data, 2026)

Berdasarkan hasil Diagram SWOT, posisi UMKM Songket Pash berada pada Kuadran I atau strategi agresif. Posisi ini diperoleh dari hasil perhitungan faktor internal dan eksternal, dimana nilai kekuatan sebesar 1,86 ebih besar dibandingkan kelemahan sebesar 1,05, serta nilai peluang sebesar 1,62 lebih tinggi dibandingkan ancaman sebesar 1,23. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa Songket Pash memiliki kekuatan internal yang dominan dan didukung oleh peluang eksternal yang cukup besar.

Analisis Matriks TOWS

Analisis ini dilakukan untuk merumuskan strategi pengembangan usaha Songket Pash melalui identifikasi faktor internal yang terdiri atas kekuatan dan kelemahan serta faktor eksternal yang meliputi peluang dan ancaman.

Tabel 3. Matriks SWOT/TOWS Songket Pash

IFE/EFE	Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
Peluang (O)	**Strategi SO**	**Strategi WO**
	1.Meningkatkan penjualan melalui pelayanan cepat dan pasar online (S1,O1). 2. Mengembangkan produk *custom* sesuai tren fesyen etnik (S2,S5,O2). 3. Mengoptimalkan digital marketing untuk memperluas pasar (S4,O3,O4). 4. Memperkuat promosi produk lokal seiring meningkatnya minat masyarakat (S5,O5).	1. Memanfaatkan produk *custom* dan variasi produk untuk menghadapi persaingan harga (S2,S5,T1). 2. Meningkatkan kualitas pelayanan untuk menghadapi produk pesaing (S1,T3). 3. Mengikuti tren pasar secara konsisten (S4,T5). 4. Memperkuat kualitas produk agar mampu bersaing dengan produk tiruan (S5,T6).
Ancaman (T)	**Strategi ST**	**Strategi WT**
	1. Memanfaatkan produk *custom* dan variasi produk untuk menghadapi persaingan harga (S2,S5,T1). 2. Meningkatkan kualitas pelayanan untuk menghadapi produk pesaing (S1,T3). 3. Mengikuti tren pasar secara konsisten (S4,T5). 4. Memperkuat kualitas produk agar mampu bersaing dengan produk tiruan (S5,T6).	1. Meningkatkan *quality control* untuk mengurangi kesalahan produksi (W2,W4,T4). 2. Menstabilkan manajemen stok menghadapi kondisi pasar (W3,T4). 3. Mengoptimalkan penerapan SOP untuk menjaga kualitas produk (W5,T3). 4. Meningkatkan kualitas produk guna menghadapi produk tiruan (W2,W5,T6).

(Sumber: Hasil Olah Data, 2026)

Hasil analisis SWOT menghasilkan empat alternatif strategi, yaitu SO, WO, ST, dan WT, yang dapat digunakan sebagai rekomendasi dalam pengembangan usaha Songket Pash. Penerapan strategi tersebut diharapkan mampu mengoptimalkan kekuatan dan peluang yang dimiliki serta meminimalkan kelemahan dan ancaman sehingga pengembangan usaha dapat dilakukan secara lebih efektif.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis, Songket Pash merupakan UMKM yang memiliki kondisi usaha yang baik pada aspek produksi, pemasaran, sumber daya manusia, dan keuangan. Produksi dilakukan dengan metode tradisional dan modern untuk menghasilkan berbagai produk berbahan dasar songket. Pemasaran telah memanfaatkan saluran *online* dan *offline*, pembagian tugas karyawan berjalan sesuai bidang masing-masing, serta pengelolaan keuangan dilakukan melalui modal pribadi, keuntungan yang diputar kembali, dan pencatatan keuangan. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa Songket paSH berada pada Kuadran I (Strategi SO)**,** yang menunjukkan bahwa usaha memiliki potensi berkembang dengan memanfaatkan kekuatan internal dan peluang eksternal. Oleh karena itu, strategi yang diprioritaskan adalah

meningkatkan pelayanan, mengembangkan produk sesuai tren, dan memperluas jangkauan pasar untuk mendukung pertumbuhan usaha.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Songket paSH memiliki kondisi internal dan eksternal yang mendukung pengembangan usaha. Pada aspek produksi, usaha menerapkan metode tradisional dan modern untuk menghasilkan berbagai produk berbahan dasar songket. Pada pemasaran, Songket paSH telah memanfaatkan saluran *online* dan *offline*, meskipun peningkatan biaya administrasi platform digital masih menjadi tantangan. Pada aspek sumber daya manusia, pembagian tugas telah berjalan sesuai fungsi, namun kualitas kontrol produk dan manajemen stok masih perlu ditingkatkan. Dalam keuangan dikelola melalui modal pribadi, keuntungan yang diputar kembali, serta pencatatan keuangan sebagai dasar pengelolaan usaha. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa Songket Pash berada pada Kuadran I (*Growth Oriented Strategy*), yang menunjukkan dominasi faktor kekuatan dan peluang. Oleh karena itu, strategi pengembangan yang tepat adalah memanfaatkan keunggulan usaha, seperti pelayanan yang cepat, produk *custom*, inovasi mengikuti tren, dan variasi produk untuk meningkatkan daya saing serta mendukung pertumbuhan usaha.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, Songket Pash disarankan untuk mengoptimalkan strategi SO dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki, seperti pelayanan yang cepat, kemampuan melayani produk *custom*, serta variasi produk yang beragam untuk menangkap peluang pasar. Perusahaan perlu memperkuat pengembangan pasar *offline* melalui kerja sama dengan toko oleh-oleh, keikutsertaan dalam pameran atau bazar, serta inovasi produk yang mengikuti tren agar daya saing usaha semakin meningkat. Penelitian selanjutnya disarankan memperluas objek penelitian pada beberapa UMKM songket atau usaha kerajinan lainnya, serta mengombinasikan analisis SWOT dengan metode lain sehingga dapat menghasilkan rekomendasi strategi yang lebih komprehensif bagi pengembangan UMKM.

DAFTAR REFERENSI

Andrianysah, B., Arradytia, P., Teuku, S., Randy, H., & Abdul, L. (2025). *Metode Penelitian Kuantitaif : Kualitatif & RND* (R. wati Winda (ed.)). Yayasan Putra Adi Dharma.

Ardiningrum, A., Isyanto, P., & Yani, D. (2023). Strategi Pengembangan Pada Pelaku Usaha Laudry (Griya Laundry Karawang). *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, *2*(3), 220–226. https://doi.org/10.58192/profit.v2i3.1009

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

Nawaliyah, Mohamad Mahfid Ahnan, N. I. A. (2024). Jurnal Ekonomi Syariah dan Hukum Islam. *Ekonomi Syariah & Hukum Islam*, *7*(2), 30–36.

Nina, O., & Hayati, K. (2020). Pengaruh Kepribadian, Kecerdasan Emosional Dan Kecerdasan Spiritual Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, *16*(2), 130–144.

Putra, E. M. (2025). Konsep Umum Penelitian Kualitatif Pada Ranah Pendidikan. *Dahzain Nur*, *15*(1), 10–17. https://doi.org/10.69834/dn.v15i1.282

Putri Yeza, M., Halya Alfrida, M., Adi Saputra, F., & Kuntan, W. (2024). Strategi Pengembangan Bisnis Melalui Pendekatan Business Model Canvas pada Usaha Craftwave.id. *Jurnal Riset Manajemen Dan Ekonomi (Jrime)*, *3*(1), 49–57. https://doi.org/10.54066/jrime-itb.v3i1.2767

Riyanto, A. D., & Rahayunianto, A. (2025). *Strategi Komunikasi Pemasaran After Change*. *1*(1), 36–43.

Safitri, U. W., Lukmana, A., & Pahrian, P. (2024). Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Pada Warung Makan D'Lima. *Jurnal Dialogika : Manajemen dan Administrasi*, *6*(1), 1–8. https://doi.org/10.31949/dialogika.v6i1.13181

Yulisa, D., Erdiansyah, I. B., Septiawan, F. D., Sugiri, S. Q., & Budiarti, L. (2024). Analisa lingkungan internal dan eksternal. COMSERVA: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, 4(6). https://doi.org/10.59141/comserva.v4i6.2496