

Analisis Permasalahan Bisnis Buket Bunga @Bouquet.Elsavs Menggunakan Metode SWOT

Elsa Viyana Sari¹, Mei Maemunah²

¹Program Studi Kewirusahaan, Fakultas Ekonomi Sosial, Universitas Amikom Yogyakarta

²Program Studi Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ekonomi Sosial, Universitas Amikom Yogyakarta
Jl. Ring Road Utara, Ngringin, Condongcatur, Depok, Sleman, Yogyakarta 55281

Coresponding e-mail: mayraputri7@students.amikom.ac.id

Abstrak

Permasalahan terbesar dalam bisnis produksi buket adalah tentang masalah keterbatasan dalam waktu produksinya yang membutuhkan waktu cukup lama. Jika semua proses dikerjakan dalam waktu yang singkat dan cepat, tentu sangat dikhawatirkan jika akan berdampak kurang baik pada hasil buket bunga. Salah satu metode yang bisa digunakan untuk melakukan analisis permasalahan produksi pada buket bunga adalah metode swot. Metode SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) adalah sebuah metode analisis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang terkait dengan suatu proyek, produk, organisasi, atau strategi bisnis. Adapun tujuan penelitian ini adalah melakukan analisis permasalahan produksi pada buket bunga adalah metode swot. Metode SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) adalah sebuah metode analisis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang terkait dengan suatu proyek, produk, organisasi, atau strategi bisnis serta mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internalnya, serta peluang dan ancaman eksternalnya. Adapun pengumpulan data dilakukan dengan observasi lapangan tentang bisnis buket bunga pada brand Bouquet.Elsavs. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelemahan Bouquet.Elsavs adalah belum mampu mengoptimalkan pengiklanan. Rekomendasi penelitian ini adalah melakukan penambahan strategi iklan yang unik dan menarik customer.

Kata kunci: SWOT, analisis kelemahan, Bisnis, Buket

Abstract

The biggest problem in the bouquet production business is the problem of limited production time, which takes quite a long time. If all the processes are carried out in a short time and quickly, of course, there is great concern that this will hurt the results of the flower bouquet. One method that can be used to analyze production problems in flower bouquets is the SWOT method. The SWOT method (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) is an analysis method used to evaluate the strengths, weaknesses, opportunities and threats related to a project, product, organization or business strategy. This research aims to analyze production problems in flower bouquets using the SWOT method. The SWOT method (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) is an analysis method used to evaluate the strengths, weaknesses, opportunities and threats associated with a project, product, organization or business strategy and identify its internal strengths and weaknesses, as well as opportunities and external threats. Data collection was carried out by field observation regarding the flower bouquet business in the Bouquet.Elsavs brand. The research results show the weakness of Elsavs Bouquets is that it has not been able to optimize advertising. The recommendation of this research is to add advertising strategies that are unique and attract customers

Keywords: SWOT, Weakness Analysis, Business, Bouquet

1. Pendahuluan

Buket bunga adalah karya seni yang terdiri dari sejumlah bunga yang disusun secara estetis dalam satu rangkaian. Setiap buket memiliki karakteristik yang unik tergantung pada jenis bunga yang digunakan, warna, tekstur, dan desain susunannya. Bunga-bunga dipilih berdasarkan kombinasi estetika visual dan makna simbolisnya, yang sering kali memiliki makna tersirat dalam konteks budaya atau situasi tertentu. Buket bunga sering digunakan sebagai hadiah untuk menyampaikan berbagai macam perasaan, seperti cinta, rasa syukur, simpati, atau ucapan selamat. Mereka juga sering digunakan dalam acara-acara khusus seperti pernikahan, ulang tahun, perayaan kelahiran, atau sebagai penghormatan dalam upacara pemakaman. Pada bisnis buket bunga, beberapa permasalahan utama dapat muncul yang mempengaruhi keberlangsungan dan keberhasilan usaha. Salah satu permasalahan yang sering dihadapi adalah fluktuasi harga bahan baku, terutama untuk bunga-bunga musiman atau eksotis yang sulit didapatkan secara konsisten. Hal ini dapat mempengaruhi margin keuntungan dan harga jual akhir buket bunga. Selain itu, tantangan logistik seperti masalah pengiriman tepat waktu dan dengan kondisi yang baik juga dapat menjadi masalah serius, terutama ketika buket harus dikirim jauh atau dalam kondisi cuaca yang tidak ideal. Selain itu, persaingan yang ketat di pasar juga menjadi tantangan tersendiri, di mana pengusaha harus terus berinovasi dalam desain, kualitas, dan layanan untuk mempertahankan dan menarik pelanggan. Perubahan tren dan preferensi konsumen juga perlu dipantau dengan cermat agar usaha bisa tetap relevan dan diminati di pasar yang terus berubah ini.

Salah satu metode yang bisa digunakan untuk melakukan analisis permasalahan produksi pada buket adalah metode swot. Metode SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) adalah sebuah metode analisis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang terkait dengan suatu proyek, produk, organisasi, atau strategi bisnis. Metode SWOT membantu dalam mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi kinerja atau kesuksesan suatu entitas. (Novia et al., 2021) (Mashuri & Nurjannah, 2020). Berikut adalah penjelasan singkat tentang setiap elemen SWOT. Kekuatan (Strengths) merujuk pada faktor-faktor positif yang ada di dalam suatu organisasi dan memberikan keunggulan dalam kompetisi. Hal ini meliputi aset yang berharga, kemampuan yang dimiliki oleh karyawan, reputasi merek yang kuat, teknologi yang maju, atau proses yang efisien yang membedakan organisasi tersebut dari pesaingnya. Mengidentifikasi kekuatan-kekuatan yang penting merupakan langkah krusial dalam memahami di mana organisasi memiliki keunggulan dan bagaimana dapat memanfaatkannya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Kelemahan (*Weaknesses*) merujuk pada elemen internal yang membatasi atau menghambat kinerja suatu organisasi (Puput & Achyar, 2023). Hal ini mungkin disebabkan oleh keterbatasan sumber daya, kekurangan keterampilan staf, proses yang kurang efisien, atau masalah lain yang dapat menghalangi pencapaian tujuan organisasi. Mengenali kelemahan merupakan hal penting karena membantu organisasi dalam merancang strategi perbaikan dan meningkatkan kinerja mereka. *Opportunities* mengacu pada keadaan atau kondisi yang menguntungkan yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan atau meraih keberhasilan. Secara luas, opportunities mencerminkan peluang yang ada dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam konteks bisnis. Ancaman (*threats*) mengacu pada potensi atau kemungkinan terjadinya peristiwa yang dapat menyebabkan kerugian, bahaya, atau gangguan terhadap suatu sistem, organisasi, individu, atau lingkungan (Mangamis & Nugroho, 2023).

Beberapa penelitian mengenai analisis bisnis toko bunga antara lain Apriyani dkk. Penelitian ini menunjukkan dampak pemasaran perusahaan tanaman hias Toko Bunga Mbak May pada masa pandemi penyakit virus corona (Covid-19) Hal ini dilakukan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi. Berkontribusi pada teknik yang digunakan adalah *purposive sampling* dan analisis SWOT. Data dikumpulkan dengan kuisioner dan *random sampling*. Berdasarkan hasil survei, kelebihan perusahaan adalah kualitas pelayanan, luas toko, variasi tanaman yang banyak, harga yang murah, dan kualitas tanaman yang tinggi. Kekurangannya tidak ada iklan dan harus mendatangkan tanaman dari dealer lain. Peluang yang ada terletak pada meningkatnya permintaan sesuai tren saat ini dan hadirnya jasa

pengiriman. Strategi pemasaran yang tepat adalah strategi S.O. yang selalu menjaga kualitas pelayanan dan tanaman, menyediakan tanaman yang disukai konsumen, dan meningkatkan pelayanan pengiriman (Apriyani et al., 2022). Malonda, dkk (2019) Strategi pemasaran adalah upaya memasarkan suatu produk, misalnya suatu barang atau jasa dengan menggunakan rencana dan taktik tertentu agar jumlah penjualannya meningkat. Strategi pemasaran juga dapat diartikan sebagai rangkaian inisiatif yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan tertentu karena adanya potensi penjualan. Tawaran ini terbatas pada jumlah orang yang mengetahuinya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat berdasarkan analisis SWOT Rumah Makan Bakso Baper Jogja. Sifat penelitian adalah deskriptif dan kualitatif. Hasil penelitian dengan menggunakan analisis SWOT menunjukkan bahwa jenis strategi, strategi pengembangan produk dan pasar yang cocok untuk Bakso Baper Jogja telah ditemukan dari hasil analisis melalui tahapan EFE, IFE, Kualitatif SWOT dan Matriks SWOT Kuantitatif. Strategi tersebut adalah strategi pengembangan, strategi integrasi ke belakang, strategi penetrasi pasar, strategi integrasi ke depan, dan strategi diversifikasi konsentris. Sarannya, agar perusahaan tetap dapat memuaskan konsumen, maka perlu menjaga kestabilan rasa, kualitas pelayanan, dan harga, serta memperbanyak kegiatan promosi.

Berikutnya, strategi pemasaran adalah suatu upaya untuk memasarkan suatu produk, baik itu produk atau jasa, dengan menggunakan rencana dan taktik tertentu agar jumlah penjualannya meningkat. Strategi pemasaran juga dapat diartikan sebagai serangkaian upaya yang dilakukan suatu perusahaan untuk mencapai suatu tujuan tertentu, dan potensi penjualan suatu penawaran dibatasi oleh jumlah orang yang mengetahuinya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat berdasarkan analisis SWOT Restoran Bakso Baper Jogja. Sifat penelitian adalah deskriptif dan kualitatif. Hasil penelitian dengan menggunakan analisis SWOT menunjukkan bahwa jenis strategi, strategi pengembangan produk dan pasar yang cocok untuk Bakso Baper Jogja telah ditemukan dari hasil analisis melalui tahapan EFE, IFE, Kualitatif SWOT dan Matriks SWOT Kuantitatif. Strategi tersebut adalah strategi pengembangan, strategi integrasi ke belakang, strategi penetrasi pasar, strategi integrasi ke depan, dan strategi diversifikasi konsentris. Sarannya, agar perusahaan tetap dapat memuaskan konsumen, maka perlu menjaga kestabilan rasa, kualitas pelayanan, dan harga, serta memperbanyak kegiatan promosi (Malonda & Moniharapon, 2019).

Berikutnya, strategi pemasaran adalah suatu upaya untuk memasarkan suatu produk, baik itu produk atau jasa, dengan menggunakan rencana dan taktik tertentu agar jumlah penjualannya meningkat. Strategi pemasaran juga dapat diartikan sebagai serangkaian upaya yang dilakukan suatu perusahaan untuk mencapai suatu tujuan tertentu, dan potensi penjualan suatu penawaran dibatasi oleh jumlah orang yang mengetahuinya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat berdasarkan analisis SWOT Restoran Bakso Baper Jogja. Sifat penelitian adalah deskriptif dan kualitatif. Hasil penelitian dengan menggunakan analisis SWOT menunjukkan bahwa jenis strategi, strategi pengembangan produk dan pasar yang cocok untuk Bakso Baper Jogja telah ditemukan dari hasil analisis melalui tahapan EFE, IFE, Kualitatif SWOT dan Matriks SWOT Kuantitatif. Strategi tersebut adalah strategi pengembangan, strategi integrasi ke belakang, strategi penetrasi pasar, strategi integrasi ke depan, dan strategi diversifikasi konsentris. Sarannya, agar perusahaan tetap dapat memuaskan konsumen, maka perlu menjaga kestabilan rasa, kualitas pelayanan, dan harga, serta memperbanyak kegiatan promosi (A Luntungan et al., 2019).

Berdasarkan pembahasan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah menganalisis permasalahan bisnis Buket Bunga @Bouquet.Elsavs dengan menggunakan metodologi SWOT. Penelitian ini penting untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal bisnis @Bouquet.Elsavs Karangan Bunga serta peluang dan ancaman eksternal. Hasil penelitian ini akan membantu Anda menyusun strategi yang lebih efektif, mengatasi kelemahan yang ada, memaksimalkan kekuatan yang ada, serta memprediksi atau mengelola risiko dan ancaman yang mungkin timbul dalam bisnis buket @Bouquet.Elsavs Anda dapat dimanfaatkan.

2. Metode Penelitian

2.1 Kerangka Penelitian

Adapun alur atau kerangka penelitian yang dilakukan pada studi ini disajikan pada Gambar 1.

Melakukan analisis tentang inovasi produk	Observasi	Implementasi	Launching di lapangan	Menyimpulkan hasil
- Inovasi produk dalam desain buket bunga	Eksperimen yang dimunculkan: Menginovasikan buket bunga menjadi buket snack	Buker Snack : Dibuat dengan alat dan bahan yang hamper sama seperti membuat buket bunga, namun isinya diganti dengan snack yang bervariasi.	Banyak diminati customer, karena snack nya dapat dikonsumsi (dimakan)	H-0 : Orang orang menyukai dan akhirnya membeli buket snack H-1: Orang orang tidak menyukai buket snack, karena mereka kira mahal.

Gambar 1. Alur kerangka penelitian

2.1.1 Analisis tentang inovasi produk

Analisis inovasi produk buket bunga merupakan kunci untuk memahami agar bisnis buket bunga terus berkembang dan memenuhi kebutuhan customer. Analisis ini didapat melalui browsing diberbagai sumber yang tervalidasi.

2.1.2 Observasi

Pada tahap ini kita melakukan eksperimen untuk mendapatkan inovasi produk buket bunga dengan mengkombinasikan berbagai parameter antara lain snack, hijab, foto polaroid, boneka, dll.

2.1.3 Implementasi

Pada tahap ini kita menginovasikan buket bunga menjadi buket yang lainnya, yang bisa diisi sesuai dengan keinginan customer. Dengan tujuan agar buket semakin menarik dan memenuhi kebutuhan customer.

2.1.4 Launching Lapangan

Sebagai Langkah untuk launching dilapangan maka kita melakukan sampel, dan meminta beberapa orang untuk memberikan penilaian produk tentang kekurangan dan kelebihan dari inovasi yang sudah kita buat.

2.1.5 Menyimpulkan Hasil

Dari hasil survei 50 orang pembeli buket snack yang mengisi survei tentang kepuasan pelanggan terhadap keunikan buket snack yang tidak mengembalikan hasil survei sebanyak 10%. Sedangkan 40% lainnya menyatakan bahwa buket snack sangat wort it untuk dibeli.

2.2 Metode SWOT

SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) adalah kerangka analisis strategis yang digunakan untuk mengevaluasi faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi proyek, perusahaan, atau situasi tertentu (Novia et al., 2021). Dengan mengidentifikasi dan memahami faktor-faktor ini, organisasi dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk mencapai tujuan yang diinginkan (Mangamis & Nugroho, 2023). Analisis SWOT adalah bagian penting dari manajemen strategis. Tujuan analisis SWOT adalah untuk membuat profil perusahaan yang memperhitungkan kekuatan dan kelemahan internal perusahaan. Profil ini digunakan untuk membandingkan peluang dan ancaman eksternal yang mungkin Anda hadapi.

Dengan cara ini, perusahaan dapat mengembangkan dan menerapkan strategi yang efektif (Mashuri & Nurjannah, 2020).

2.3 Metode Matriks

Matriks TOWS-K, yang diperkenalkan oleh Wihrich merupakan alat untuk perumusan strategi. Matriks ini menghubungkan berbagai variabel yang menentukan keberhasilan suatu perusahaan yaitu antara lain ancaman, peluang, kelemahan, dan kekuatan (Liani, 2019). Matriks TOWS-K terdiri dari delapan sel, empat sel berisi daftar variabel internal dan lingkungan bisnis eksternal, dan empat sel lainnya berisi pengaruh strategis yang relevan. Sel pertama berisi daftar kekuatan (*Strengths*) perusahaan yang telah berhasil dibangun oleh manajemen. Sel kedua berisi daftar kelemahan (*Weaknesses*) yang perlu diatasi. Sel ketiga berisi daftar peluang (*Opportunities*) bisnis yang ada saat ini dan masa yang akan mendatang. Sel keempat berisi daftar ancaman (*Threats*) yang sedang dihadapi saat ini dan masa yang akan mendatang. Sel kelima mewakili strategi yang dipilih oleh manajemen berdasarkan kombinasi kekuatan dan peluang bisnis yang ada dalam sel kekuatan dan sel peluang, hal ini biasa disebut sebagai strategi SO (Hasiholan et al., 2021). Sel keenam kemudian menampilkan strategi yang dipilih berdasarkan kombinasi kelemahan dan peluang pada sel kelemahan dan peluang. Hal ini biasa disebut sebagai strategi WO (strategi minimax). Sel ketujuh menunjukkan strategi yang dipilih berdasarkan kombinasi kekuatan dan ancaman bisnis yang ada di sel kekuatan dan sel ancaman. Hal ini biasa disebut sebagai strategi ST (atau strategi maksi-mini). Terakhir, sel kedelapan menunjukkan strategi yang dipilih berdasarkan kombinasi kelemahan dan ancaman bisnis yang ada di sel kelemahan dan sel ancaman. Hal ini biasa disebut sebagai strategi WT (atau strategi mini-mini) (A Luntungan et al., 2019).

3. Hasil Dan Pembahasan

Berikut adalah berapa hasil dari penelitian, antara lain:

Berdasarkan H-0 : Orang-orang menyukai dan akhirnya membeli buket snack dan H-1: Orang-orang tidak menyukai buket snack. Berdasarkan hipotesa yang kita miliki, maka hasil survei menyatakan bahwa H-0 diterima.

3.1 Hasil SWOT

Setelah kami menganalisis bisnis buket bunga dari Bouquet.Elsavs mendapatkan SWOT sebagai berikut:

3.1.1 Strength

Bouquet.Elsavs memiliki karyawan yang ahli dalam bidang merangkai dan menata buket bunga, Segmentasi pasar yang bagus, Menyediakan pembayaran non tunai dan tunai.

3.1.2 Weakness

Kelemahan produk buket yaitu produk yang tidak tahan banting (mudah rusak). Jumlah karyawan yang terbatas, dan produk yang dikirim keluar kota memerlukan biaya yang mahal.

3.1.3 Opportunity

Bouquet.ElsaVs memiliki beberapa peluang dari pertumbuhan konsumen yang cukup relatif cepat, loyalitas konsumen terhadap produk, harga yang lebih murah karena bekerjasama dengan pemasok, serta peluang untuk produk dijual oleh reseller

3.1.4 Thread

Ancaman yang dihadapi Bouquet.Elsavs berupa penurunan daya beli karena munculnya pesaing baru.

3.2 Hasil Matrik TOWS-K

Berdasarkan hasil analisis SWOT produk Nasuka Food, kami mendapatkan hasil analisis matriks TOWS-K digambarkan pada Gambar 2.

Lingkungan internal dan lingkungan eksternal	1 Kekuatan perusahaan (S) <ul style="list-style-type: none"> • Memiliki karyawan yang ahli dalam menata buket • Segmentasi pasar • Pembayaran non tunai dan tunai 	2 Kelemahan perusahaan (W) <ul style="list-style-type: none"> • Mudah rusak/ tidak kokoh • Jumlah karyawan terbatas • Produk yang dikirim keluar kota memerlukan biaya yang mahal. 	
	3 Peluang bisnis (O) <ul style="list-style-type: none"> • Pertumbuhan konsumen • Loyalitas konsumen • Bekerjasama dengan pemasok • Reseller 	5 Strategi S-O (Maksi-maksi) <ul style="list-style-type: none"> • Dengan menggunakan alat dan bahan yang berkualitas tinggi, maka customer akan mendapatkan hasil buket yang bagus. • Memiliki beberapa agen dan reseller pemasok yang dapat dipercaya 	6 Strategi W-O (mini-maksi) <ul style="list-style-type: none"> • Dengan menyediakan berbagai pilihan buket, maka customer lebih banyak pilihan untuk memberikan hadiah.
	4 Ancaman bisnis (T) <ul style="list-style-type: none"> • Penurunan daya beli • Pesaing baru dengan produk yang sama 	7 Strategi S-T (maksi-mini) <ul style="list-style-type: none"> • Penurunan daya beli bisa jadi kerena varian produk yang monoton sehingga konsumen mulai jenuh, perusahaan harus menciptakan inovasi baru untuk menarik konsumen Kembali. 	8 Strategi W-T (mini-mini) <ul style="list-style-type: none"> • Jumlah karyawan yang terbatas akan menghasilkan segmen pasar yang terbatas juga. Oleh karena itu kita harus menambah karyawan agar lebih optimal.

Gambar 2. Hasil Matrik TOWS-K

4. Kesimpulan

Melengkapi analisis SWOT merupakan metode perencanaan strategis untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman suatu proyek atau perusahaan. Elemen-elemen ini membentuk akronim SWOT. Analisis SWOT terdiri dari empat elemen utama antara lain kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Elemen kekuatan merupakan keahlian khusus atau keunggulan lain yang memberikan nilai tambah atau keunggulan komparatif pada suatu institusi. Kelemahan dalam hal apa pun merupakan hal yang wajar, namun yang terpenting adalah bagaimana institusi sebagai pengambil kebijakan dapat meminimalkan kelemahan tersebut dan bahkan membaginya dengan institusi lain memiliki. Peluang mengacu pada kondisi lingkungan eksternal yang menguntungkan dan dapat dijadikan rumusan dalam lembaga pendidikan. Di era krisis moral dan tuntutan integritas saat ini, peran pendidikan agama yang lebih dominan menjadi salah satu peluang pengembangan lembaga pendidikan. Sedangkan ancaman adalah faktor lingkungan yang kurang menguntungkan bagi lembaga pendidikan. Jika ancaman ini tidak diatasi maka dapat menjadi penghambat atau hambatan bagi kemajuan dan peran lembaga pendidikan itu sendiri.

Daftar Pustaka

1. A Luntungan, W. G., Tawas, H. N., Ekonomi Dan Bisnis, F., & Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, J. (2019). *STRATEGI PEMASARAN BAMBUDEN BOULEVARD MANADO: ANALISIS SWOT BAMBUDEN BOULEVARD MANADO MARKETING STRATEGY: SWOT ANALYSIS*. 7(4), 5495–5504.
2. Apriyani, N., Kurniastuti, T., & Wahyu Budiman, E. (2022). Strategi Pemasaran Tanaman Hias Pada Masa Pandemi Covid-19 Pada Toko Bunga Mbak Mei Di Kecamatan Wlingi Kabupaten Blitar. *Grafting: Jurnal Ilmiah Ilmu Pertanian*, 12(1), 13–20. <https://doi.org/10.35457/grafting.v12i1.2564>
3. Hasiholan, L. B., Dheasey Amboningtyas, S. E., & Pambudy, A. P. (2021). *Peranan Analisis SWOT dalam Meningkatkan Daya Saing pada Franchise Panganan Ringan di Kota Semarang*. Media Sains Indonesia.
4. Liani, D. (2019). Analisis TOWS dalam Menentukan Strategi Pemasaran guna Meningkatkan Volume Penjualan pada CV Permadi Karya Mandiri Blitar. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 4(2), 200–210.
5. Malonda, P. M., & Moniharapon, S. (2019). ANALISIS SWOT DALAM MENENTUKAN STRATEGI PEMASARAN PADA RUMAH MAKAN BAKSO BAPER JOGJA SWOT ANALYSIS IN DETERMINING MARKETING STRATEGIES AT THE JOGJA BAPER MEATBALL RESTAURANT. *Loindong 3827 Jurnal EMBA*, 7(3), 3827–3836.
6. Mangamis, M., & Nugroho, J. A. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Produk Slice Waxed Di Pt Habe Dengan Menggunakan Metode Swot Dan Quantitative Strategi Planing Matrix (Qspm). *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(12), 5652–5676.
7. Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97–112.
8. Novia, C., Saiful, S., & Utomo, D. (2021). Analisis SWOT peningkatan daya saing pada UKM keripik nangka di Kabupaten Malang. *Teknologi Pangan: Media Informasi Dan Komunikasi Ilmiah Teknologi Pertanian*, 12(1), 61–69.
9. Puput, D., & Achyar, M. (2023). Manajemen Inovasi Bunga Papan Melalui Analisis Swot Untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus di Toko Andis Flower Kebumen). *Journal of Management, Economics, and Enterpreneur*, 2(2), 299–321.