ISSN 2621-1351 (online), ISSN 2685-0729 (print)
Volume 7 Number 3 (August-October 2024), pp.1144-1152 Mario Andriaskiton. et.al
DOI: https://doi.org/10.35817/publicuho.v7i3.469 Accredited **SINTA 4**, SK. NOMOR 105/E/KPT/2022

STRATEGI BISNIS DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING PADA TOKO MANDIRI JAYA ABADI MEDAN

Mario Andriaskiton[1], Michael Novranda Surbakti [2], Nicolas [3]

[1,2,3] S.T. Manajemen Bisnis Multi Sarana Manajemen Administrasi dan Rekayasa Teknologi (STMB MULTISMART)
Correspondet author: mario_kiton05@yahoo.co.id
Kota Medan, Sumatera Utara 20252, Indonesia

Abstract

The building materials distribution industry is one of the economic sectors that continues to grow in line with the development and renovation in various sectors, including property and construction. The demand for building materials continues to increase with the improvement of the property and construction sectors during the post-pandemic recovery period. This study aims to formulate strategies to enhance competitiveness at Toko Mandiri Jaya Abadi Medan using SWOT analysis. In conducting this research, the researcher employed SWOT analysis with a descriptive qualitative approach to illustrate the internal and external factors of Toko Mandiri Jaya Abadi Medan. Data collection was carried out through observation and interviews with the store owner and customers. The results of this study indicate that it is necessary to implement strategies that utilize internal strengths to exploit external opportunities and reduce weaknesses by anticipating threats for the advancement of Toko Mandiri Jaya Abadi Medan.

Keywords: Business Strategy; Competitiveness; SWOT Analysis

Abstrak

Industri distribusi alat bangunan merupakan salah satu sektor ekonomi yang terus berkembang seiring dengan pertumbuhan pembangunan dan renovasi di berbagai sektor, termasuk properti dan konstruksi. Kebutuhan bahan bangunan terus meningkat seiring dengan perbaikan sektor property dan konstruksi di masa pemulihan pandemi. Penelitian ini bertujuan untuk menyusun strategi meningkatkan daya saing pada Toko Mandiri Jaya Abadi Medan dengan menggunakan analisis SWOT. Dalam melakukan penelitian, peneliti menggunakan metode analisis SWOT dengan pendekatan kualitatif deskriptif guna menggambarkan faktor-faktor internal dan eksternal dari Toko Mandiri Jaya Abadi Medan. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi dan melakukan wawancara kepada pemilik toko serta konsumen. Hasil dari penelitian ini adalah diperlukan penerapan strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal serta mengurangi kelemahan dengan mengantisipasi ancaman untuk kemajuan Toko Mandiri Jaya Abadi Medan.

Kata Kunci: Analisis SWOT; Daya Saing; Strategi Bisnis

Open Access at: https://journalpublicuho.uho.ac.id/index.php/journal/index
Journal Publicuho is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

PENDAHULUAN

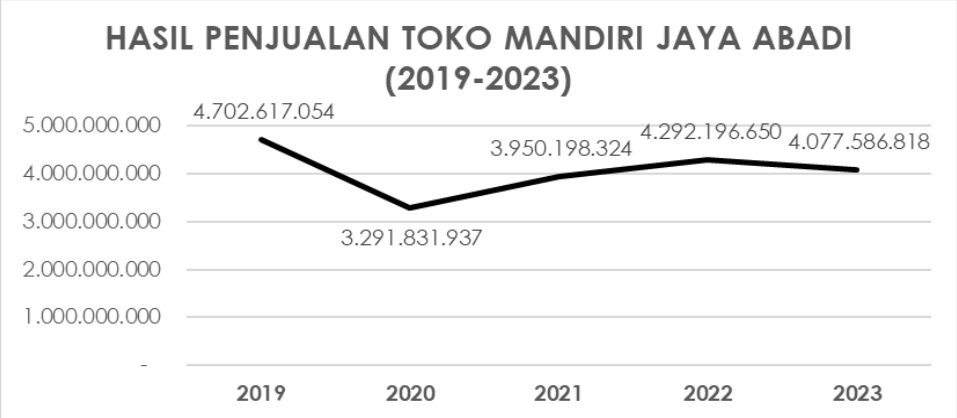
Industri distribusi alat bangunan merupakan salah satu sektor ekonomi yang terus berkembang seiring dengan pertumbuhan pembangunan dan renovasi di berbagai sektor, termasuk properti dan konstruksi. Kebutuhan bahan bangunan terus meningkat seiring dengan perbaikan sektor property dan konstruksi di masa pemulihan pandemi. Menurut data Direktorat Jenderal Industri Kecil Menengah dan Aneka (Ditjen IKMA) Kementerian Perindustrian (Kemenperin), sektor real estate dan konstruksi sebagai pengguna produksi

Journal Publicuho
ISSN 2621-1351 (online), ISSN 2685-0729 (print)
Volume 7 No 3 (August-October 2024) pp.1144-1152 Accredited **SINTA 4**, SK.NOMOR 105/E/KPT/2022
Open Access at:
https://journalpublicuho.uho.ac.id/index.php/journal/index DOI: https://doi.org/10.35817/publicuho.v7i3.469

bahan bangunan di tahun 2022 dapat tumbuh masing-masing 2,78% dan 2,81% secara tahunan (YoY). Selain itu, indikasi peningkatan penggunaan bahan bangunan di Indonesia juga dapat dilihat dari struktur anggaran di APBN 2022, infrastruktur menempati urutan ke-3 dengan anggaran mencapai Rp 384,4 T (Isnaini, 2023).

Toko Mandiri Jaya Abadi yang dikenal sebagai "MJA" adalah salah satu distribusi alat bangunan yang terletak di Jalan Besar Delitua KM 8.5 No.9, Deli Serdang, Sumatera Utara, Indonesia. Wilayah distribusi yang dilayani mencakup daerah Sumatera Utara dan Aceh Timur. Setiap harinya dilakukan kegiatan distribusi produk-produk alat bangunan.

Gambar 1. Data Penjualan Toko Mandiri Jaya Abadi 2019 – 2023



Sumber : Toko Mandiri Jaya Abadi, 2023

Dari grafik diatas, dapat kita lihat bahwa penjualan pada toko Mandiri Jaya Abadi mengalami penurunan dari tahun 2019 hingga 2023, dengan penjualan tertinggi terjadi pada tahun 2019 sebesar Rp. 4,702,617,054, serta penjualan terendah tercatat pada tahun 2020 dengan angka Rp. 3,291,831,937. Meskipun terdapat sedikit peningkatan pada tahun 2021, namun penjualan kembali menurun pada tahun 2020 dan 2023, mencapai angka terendah Rp. 4,077,586,818.

Dalam menjalankan bisnis kita ketahui bahwa akan menghadapi tantangan dan ancaman, hal inilah yang pada akhirnya akan mempengaruhi kinerja bisnis. Bisnis yang mampu menghadapi segala tantangan dan ancaman yang ada akan dapat maju bersaing dengan bisnis dengan lini sama, begitu sebaliknya ketika bisnis tidak mampu menghadapi hal ini maka akan terjadi penurunan kinerja bisnisnya. Keberadaan daya saing menjadi kunci bagi keberlangsungan sebuah perusahaan. Daya saing menjadi elemen yang tak terpisahkan dalam dunia bisnis karena setiap perusahaan pasti memiliki setidaknya satu pesaing bahkan lebih. Oleh karena itu, daya saing menjadi faktor penting yang harus diperhatikan untuk memastikan kelangsungan suatu perusahaan. (Galuh et al., 2021)

Dalam konteks persaingan usaha dikembangkan prinsip bersaing yang sehat dan benar. Prinsip persaingan yang sehat dan benar antara lain, memberikan yang terbaik

ISSN 2621-1351 (online), ISSN 2685-0729 (print)
Volume 7 Number 3 (August-October 2024), pp.1144-1152 Mario Andriaskiton. et.al
DOI: https://doi.org/10.35817/publicuho.v7i3.469 Accredited **SINTA 4**, SK. NOMOR 105/E/KPT/2022

kepada konsumen, tidak berlaku curang dan kerjasama positif. Prinsip memberikan yang terbaik kepada konsumen dapat berupa memberikan kualitas produk terbaik, memberikan harga yang kompetitif dibandingkan dengan yang lain dan memberika pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Dalam konsep ini, segala aktivitas bisnis mulai dari kegiatan produksi sampai kegiatan barang tiba di tangan konsumen, ditujukan untuk merebut hati atau membangun *image* konsumen dengan memberikan yang terbaik (Rahmawati, 2019).

Dalam konteks ini, analisis strategi bisnis memiliki peran krusial dalam membimbing perusahaan atau organisasi. Strategi bisnis merujuk pada rangkaian kebijakan dan pedoman yang diadopsi oleh sebuah perusahaan. Strategi ini menampilkan komitmen dan tindakan yang terintegrasi, didesain untuk membangun keunggulan dalam lingkungan persaingan bisnis, serta untuk mencapai dan memenuhi tujuan bisnis yang telah ditetapkan. Melalui strategi bisnis, sebuah perusahaan dapat mengatur arahnya dengan mengidentifikasi aspek-aspek pasar, persaingan, pelanggan, dan lain sebagainya (Sia, 2023)

Hal ini juga memperhatikan pada penelitian terdahulu yakni "Analisis SWOT sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing di Apotik Dharma Husada Tanjung Morawa" yang dilakukan oleh (Andrias Kiton, 2023) dan "Analisis Strategi Bisnis Guna Meningkatkan Daya Saing pada Coffee Shop di Bandar Lampung (Studi Kasus Dr.Coffee)" oleh (Sari & Halim, 2022) serta "*SWOT Analysis as a Determinant of Marketing Strategy Case*" oleh (Viviana & Victor, 2022), dimana peneliti menggunakan analisis SWOT dalam penelitiannya dan hasilnya analisis SWOT dapat berguna dalam membantu penentuan strategi perusahaan bagi perusahaan untuk kedepannya.

METODE

Penelitian dilakukan di Toko Bangunan Mandiri Jaya Abadi yang berlokasi di Jalan Besar Delitua km 8.5, Deli Tua, Deli Serdang. Penelitian ini menggunakan metode deksriptif kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang bertujuan untuk menginvestigasi fenomena sosial dan masalah manusia dengan penekanan pada pemahaman mendalam. Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk memberikan deskripsi yang detail tentang fenomena, peristiwa, atau kejadian yang sedang terjadi pada saat penelitian dilakukan. Variabel yang diteliti dalam penelitian deskriptif dapat bersifat tunggal maupun lebih dari satu variabel (Noor Juliansyah, 2017). Dalam penelitian ini, metode tersebut dapat digunakan untuk menjelaskan mengenai penentu strategi bisnis pada Toko Mandiri Jaya Abadi.

Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui wawancara dan observasi. Data primer merupakan informasi yang diperoleh secara langsung dari sumbernya melalui tindakan seperti pengukuran, pengisian angket, observasi, wawancara, dan metode lainnya (Hardani et al., 2020). Wawancara

Journal Publicuho
ISSN 2621-1351 (online), ISSN 2685-0729 (print)
Volume 7 No 3 (August-October 2024) pp.1144-1152 Accredited **SINTA 4**, SK.NOMOR 105/E/KPT/2022
Open Access at:
https://journalpublicuho.uho.ac.id/index.php/journal/index DOI: https://doi.org/10.35817/publicuho.v7i3.469

melibatkan pemberian pertanyaan kepada narasumber yang telah ditentukan terkait dengan penelitian. Sedangkan observasi merupakan teknik pengumpulan data dimana peneliti secara langsung mengamati gejala yang sedang diteliti di lapangan. Hasil observasi ini kemudian dapat dihubungkan dengan teknik pengumpulan data lainnya seperti kuesioner atau wawancara, dan hasil nya dapat dikaitkan dengan teori dan penelitian terdahulu (Hafni Sahir, 2021).

Sampel penelitian menggunakan metode *purposive sampling* yaitu cara pengambilan sampel sumber data dengan mempertimbangkan kriteria-kriteria khusus. Salah satu pertimbangan tersebut ialah memilih orang yang dianggap memiliki pengetahuan untuk memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti (Abdussamad, 2021), maka jumlah sampel yang ditetapkan dalam penelitian yaitu 1 orang *key informan* yakni pemilik toko dan 9 orang informan yakni pemilik toko yang menjadi konsumen. Proses penyusunan dilakukan melalui lima tahap analisis yakni: (1) Identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman toko Mandiri Jaya Abadi (2) Penyusunan Matriks IFAS dan EFAS (3) Membuat diagram SWOT (4) Menyusun Matriks SWOT (5) Pengambilan keputusan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT Toko Mandiri Jaya Abadi

Dalam melakukan penentuan faktor-faktor internal dan eksternal Toko Mandiri Jaya Abadi, peneliti melakukan pengamatan dan wawancara, yang kemudian didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Analisis SWOT Toko Mandiri Jaya Abadi

Kekuatan *(Strenghts)*	Kelemahan *(Weaknesses)*
1. Produk Beragam. 2. *Range* harga variatif. 3. Reputasi toko yang baik.	1. Kurangnya promosi produk. 2. Keterbatasan stok barang. 3. Keterbatasan distribusi produk.
Peluang *(Opportunities)*	Ancaman *(Threats)*
1. Pembangunan tidak akan berhenti. 2. Pangsa pasar cukup luas	1. Banyak pesaing usaha sejenis. 2. Adanya persaingan harga.

Sumber : Peneliti, 2024.

Analisis Faktor Eksternal dan Internal Toko Mandiri Jaya Abadi

Langkah-langkah dalam menentukan IFAS (Internal Factor Analysis Summary) & EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary) adalah : (Dwi Nurjannah, 2020)

a) Identifikasi faktor-faktor strategis yang mencakup kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.
b) Berikan bobot pada setiap faktor dengan skala 1,0 (sangat penting) hingga 0,0 (tidak penting), mengingat potensi dampaknya terhadap faktor strategis.
c) Tetapkan rating untuk setiap faktor dengan skala mulai dari 4 (Outstanding atau paling

ISSN 2621-1351 (online), ISSN 2685-0729 (print)
Volume 7 Number 3 (August-October 2024), pp.1144-1152 Mario Andriaskiton. et.al
DOI: https://doi.org/10.35817/publicuho.v7i3.469 Accredited **SINTA 4**, SK. NOMOR 105/E/KPT/2022

tinggi) hingga 1 (Poor atau paling rendah). Penilaian untuk peluang dan kekuatan dimulai dari 3 – 4 sedangkan untuk ancaman dan kelemahan dimulai dari 1 – 2.

d) Menentukan skor dengan mengalikan bobot dan rating untuk setiap faktor.

e) Jumlahkan skor pembobotan untuk mendapatkan total skor pembobotan terhadap IFAS & EFAS.

Tabel 2. Analisis IFAS Toko Mandiri Jaya Abadi

FAKTOR INTERNAL	BOBOT	RATING	BOBOT X RATING
KEKUATAN			
Produk Beragam	0.32	4.0	1.28
Range harga variatif	0.30	4.0	1.20
Reputasi yang baik	0.18	3.0	0.54
			3.02
KELEMAHAN			
Kurangnya promosi produk	0.09	2.0	0.18
Keterbatasan distribusi produk	0.04	1.0	0.04
Keterbatasan stok barang	0.07	2.0	0.14
			0.36
TOTAL			**3.38**

Sumber : Diolah dari hasil penelitian, 2024.

IFAS = Kekuatan – Kelemahan

= 3.02 – 0.36

= 2.66

Berdasarkan hasil analisis IFAS pada Tabel 2 dapat diketahui bahwa yang menjadi kekuatan utama Mandiri Jaya Abadi adalah produk beragam dengan nilai timbang 1.28. Dari Tabel 2 juga diketahui bahwa kelemahan utama Mandiri Jaya Abadi adalah kurangnya promosi produk dengan nilai timbang 0.18. Mandiri Jaya Abadi memiliki total nilai tertimbang sebesar 3.38 sehingga dinilai memiliki posisi internal yang cukup kuat karena mampu mengatasi kelemahan dengan menggunakan kekuatan yang ada.

Tabel 3. Analisis EFAS Toko Mandiri Jaya Abadi

FAKTOR EKSTERNAL	BOBOT	RATING	BOBOT X RATING
PELUANG			
Pembangunan tidak akan berhenti	0.30	4.0	1.20
Pangsa pasar cukup luas	0.36	4.0	1.44
			2.64
ANCAMAN			
Banyak pesaing usaha sejenis	0.14	2.0	0.28
Adanya persaingan harga	0.14	2.0	0.28
			0.56
TOTAL			**3.20**

Sumber : Diolah dari hasil penelitian, 2024.

Journal Publicuho
ISSN 2621-1351 (online), ISSN 2685-0729 (print)
Volume 7 No 3 (August-October 2024) pp.1144-1152 Accredited **SINTA 4**, SK.NOMOR 105/E/KPT/2022
Open Access at:
https://journalpublicuho.uho.ac.id/index.php/journal/index DOI: https://doi.org/10.35817/publicuho.v7i3.469

EFAS = Peluang - Ancaman

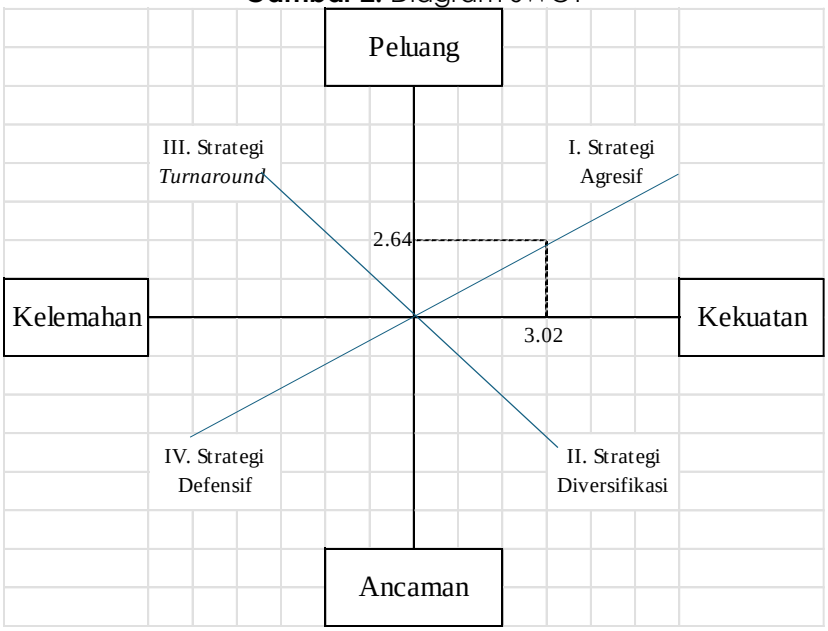
= 2.64 – 0.56

= 2.08

Berdasarkan hasil analisis EFAS pada Tabel 3 dapat diketahui bahwa yang menjadi peluang utama dari Mandiri Jaya Abadi adalah pangsa pasar cukup luas dengan nilai tertimbang 1.44. Dan ancaman yang dimiliki dari adanya banyak pesaing usaha sejenis dan adanya persaingan harga dengan nilai tertimbang 0.20. Dari Tabel 3 juga terlihat bahwa jumlah total nilai tertimbang sebesar 3.20 yang berarti bahwa Mandiri Jaya Abadi mampu menangani ancaman dengan memanfaatkan peluang yang ada.

Diagram & Matriks SWOT

Gambar 2. Diagram SWOT



Sumber : Diolah dari hasil penelitian, 2024.

Dari gambar diagram diatas, dapat kita ketahui bahwa posisi strategi toko Mandiri Jaya Abadi berada di kuadran I yakni mendukung strategi agresif. Situasi ini menunjukkan bahwa Toko Mandiri Jaya Abadi memiliki kekuatan internal yang dapat dimanfaatkan untuk merebuat peluang yang ada sehingga hal ini dapat meningkatkan daya saing dalam dunia bisnis. Strategi yang sebaiknya diterapkan oleh Mandiri Jaya Abadi pada kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif atau *growth-oriented strategy*.

Tabel 4. Matriks SWOT

IFAS / EFAS	*Strengths* (S)	*Weaknesses* (W)
	1. Produk Beragam. 2. *Range* harga variatif. 3. Reputasi toko yang baik.	1. Kurangnya promosi produk. 2. Keterbatasan distribusi produk. 3. Keterbatasan stok barang.

ISSN 2621-1351 (online), ISSN 2685-0729 (print)
Volume 7 Number 3 (August-October 2024), pp.1144-1152 Mario Andriaskiton. et.al
DOI: https://doi.org/10.35817/publicuho.v7i3.469 Accredited **SINTA 4**, SK. NOMOR 105/E/KPT/2022

Opportunities (O)	Strategi SO	Strategi WO
1. Pembangunan tidak akan berhenti. 2. Pangsa pasar cukup luas.	1. Memanfaatkan Pembangunan yang terus berjalan dengan menyediakan produk yang beragam (S1 + O1) 2. Menjangkau pasar yang luas dengan menyediakan produk yang beragam (S1 + O1) 3. Menawarkan produk dengan harga yang variatif untuk memenuhi berbagai proyek Pembangunan (S2+O1) 4. Menjangkau berbagai segmen pasar dengan menyediakan harga variatif (S2 + O2) 5. Memanfaatkan reputasi toko yang baik dalam memasuki pangsa pasar yang baru (S3+O2)	1. Memaksimalkan promosi produk untuk menjangkau pasar yang lebih luas (W1 + O2) 2. Meningkatkan jaringan distribusi produk untuk menjangkau pasar yang lebih luas (W2 + O2) 3. Meningkatkan stok barang untuk menangkap peluang pangsa pasar yang luas (W3 + O2)
Threats (T)	Strategi ST	Strategi WT
1. Banyak pesaing usaha sejenis. 2. Adanya persaingan harga.	1. Menawarkan keberagaman produk dalam menghadapi persaingan dengan usaha sejenis (S1 + T1) 2. Menghadapi persaingan harga dengan menawarkan produk lain dengan harga yang lebih terjangkau tetapi mempunyai kualitas sama (subtitusi) (S1-2 + T2) 3. Memanfaatkan harga barang yang variatif untuk memenangkan persaingan pasar (S2 + T1) 4. Menggunakan reputasi yang baik dalam menghadapi persaingan (S3 + T1)	1. Memaksimalkan promosi produk dalam menghadapi pesaing usaha sejenis (W1 + T1) 2. Memaksimalkan pemberian potongan harga dalam menghadapi pesaing usaha sejenis (W1 + T2) 3. Meningkatkan kerja sama dengan pihak pengangkutan dalam menghadapi pesaing sejenis (W2 + T1) 4. Meminimalkan biaya pengangkutan untuk menekan harga jual. (W2+T2) 5. Meningkatkan stok barang cepat jual untuk menghadapi pesaing sejenis (W3 + T1) 6. Membeli produk dalam jumlah banyak untuk menekan harga produk dalam menghadapi persaingan harga (W3 + T2)

Sumber : Diolah dari hasil penelitian, 2024.

Journal Publicuho
ISSN 2621-1351 (online), ISSN 2685-0729 (print)
Volume 7 No 3 (August-October 2024) pp.1144-1152 Accredited **SINTA 4**, SK.NOMOR 105/E/KPT/2022
Open Access at:
https://journalpublicuho.uho.ac.id/index.php/journal/index DOI: https://doi.org/10.35817/publicuho.v7i3.469

Berdasarkan posisi toko Mandiri Jaya Abadi dalam Diagram SWOT dianjurkan untuk melakukan strategi SO *(Strenghts-Opportunities)* yaitu memanfaatkan pembangunan yang terus berjalan dengan menyediakan produk yang beragam (S1 + O1), menjangkau pasar yang luas dengan menyediakan produk yang beragam (S1 + O1), menawarkan produk dengan harga yang variatif untuk memenuhi berbagai proyek pembangunan (S2+O1), menjangkau berbagai segmen pasar dengan menyediakan harga variatif (S2 + O2), memanfaatkan reputasi toko yang baik dalam memasuki pangsa pasar yang baru (S3+O2)

Selain itu toko Mandiri Jaya Abadi juga dapat berfokus mengurangi kelemahan internal serta memitigasi ancaman eksternal dengan menerapkan strategi WT *(Weaknesses-Threats)* yaitu memaksimalkan promosi produk dalam menghadapi pesaing usaha sejenis (W1 + T1), memaksimalkan pemberian potongan harga dalam menghadapi pesaing usaha sejenis (W1 + T2), meningkatkan kerja sama dengan pihak pengangkutan dalam menghadapi pesaing sejenis (W2 + T1), meminimalkan biaya pengangkutan untuk menekan harga jual. (W2+T2), meningkatkan stok barang cepat jual untuk menghadapi pesaing sejenis (W3 + T1), membeli produk dalam jumlah banyak untuk menekan harga produk dalam menghadapi persaingan harga (W3 + T2).

Dengan penerapan strategi-strategi tersebut, Toko Mandiri Jaya Abadi dapat meningkatkan daya saingnya di pasar, memanfaatkan peluang yang ada serta mengurangi kelemahan yang ada. Strategi ini akan membantu perusahaan untuk berkembang dan terus bersaing.

KESIMPULAN

Dari hasil dari identifikasi SWOT toko Mandiri Jaya Abadi didapatkan bahwa toko Mandiri Jaya Abadi memiliki kekuatan internal, seperti keragaman produk, rentang harga yang variatif, dan reputasi yang baik, yang dapat dimanfaatkan untuk memanfaatkan peluang eksternal seperti pembangunan yang berkelanjutan dan pangsa pasar yang luas. Meskipun demikian, terdapat beberapa kelemahan internal yang perlu diatasi, seperti keterbatasan stok barang, keterbatasan distribusi produk dan kurangnya promosi produk. Peluang eksternal seperti pembangunan yang terus berlangsung dan pangsa pasar yang luas memberikan potensi pertumbuhan yang signifikan bagi Toko Mandiri Jaya Abadi. Ancaman seperti banyaknya pesaing usaha sejenis dan adanya persaingan harga menunjukkan perlunya strategi untuk menghadapi lingkungan bisnis yang dinamis. Berdasarkan analisis SWOT, diperlukan penerapan strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal (SO), serta mengurangi kelemahan internal dan mengantisipasi ancaman eksternal (WT).

ISSN 2621-1351 (online), ISSN 2685-0729 (print)
Volume 7 Number 3 (August-October 2024), pp.1144-1152 Mario Andriaskiton. et.al
DOI: https://doi.org/10.35817/publicuho.v7i3.469 Accredited **SINTA 4**, SK. NOMOR 105/E/KPT/2022

DAFTAR PUSTAKA

Abdussamad, H. Z. (2021). Buku-Metode-Penelitian-Kualitatif.

Andrias Kiton, M. (2023). Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Di Apotik Dharma Husada Tanjung Morawa. Https://Jurnal.Uniraya.Ac.Id/Index.Php/Jeb

Dwi Nurjannah, M. (2020). Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing (Studi Pada Pt. Bank Riau Kepri Unit Usaha Syariah Pekanbaru). In Jurnal Perbankan Syariah (Vol. 1, Issue 1). Https://Ejournal.Stiesyariahbengkalis.Ac.Id/Index.Php/Jps

Galuh, A., Claudia, C., & Rahma, E. (2021). Pentingnya Sistem Pengendalian Manajemen Dalam " Simo Buah" (Studi Kasus Pada Umkm).

Hafni Sahir, S. (2021). Metodologi Penelitian (Vol. 1). www.Penerbitbukumurah.Com

Hardani, Ustiawaty, J., & Juliana Sukmana, D. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. Https://www.researchgate.net/Publication/340021548

Isnaini, H. (2023, February 3). Sektor Properti Dan Konstruksi Dongkrak Pertumbuhan Industri Bahan Bangunan. Sindonews.Com.

Noor Juliansyah. (2017). Metodologi Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi,Dan Karya Ilmiah Edisi Pertama (1st Ed., Vol. 7). Kencana.

Rahmawati, S. (2019). Analisis Swot Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Bisnis Toko Surabaya Ampel Kota Kediri Swot Analysis As A Strategy To Increase Competitiveness Business Surabaya Ampel Store Kediri City. 90 | At-Tamwil, 1(2).

Sari, R., & Halim, C. (2022). Analisis Strategi Bisnis Guna Meningkatkan Daya Saing Pada Coffee Shop Di Bandar Lampung (Studi Kasus Dr. Coffee). Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital, 1(3), 231–248. Https://Doi.Org/10.55927/Ministal.V1i3.1139

Sia, V. (2023, October 13). 9 Strategi Bisnis Untuk Mencapai Keuntungan Usaha Di 2024. Mekari Jurnal. Https://Www.Jurnal.Id/Id/Blog/Strategi-Bisnis-Untuk-Mencapai-Keuntungan-Maksimal/

Viviana, V., & Victor, V. (2022). Swot Analysis As A Determinant Of Marketing Strategy Case. Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 6(1), 87–94. Https://Doi.Org/10.36555/Almana.V6i1.1751