

Nomor Daftar: 049/S/KWU/R/16/VIII/2023

**ANALISIS STRATEGI BISNIS *SOCIAL ENTERPRISE* RIZKA  
HIJAB**

**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Bagian Dari Persyaratan Untuk Mendapatkan Gelar S.Bns*



Disusun oleh

**Putri Rizki Fitriani**

**1901745**

**PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA  
KAMPUS TASIKMALAYA  
2023**

# **ANALISIS STRATEGI BISNIS *SOCIAL ENTERPRISE* RIZKA HIJAB**

Oleh  
Putri Rizki Fitriani

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Bisnis pada Jurusan Kewirausahaan Kampus UPI Tasikmalaya.

© Putri Rizki Fitriani  
Universitas Pendidikan Indonesia  
Agustus 2023

Hak Cipta dilindungi undang-undang.  
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,  
dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**ANALISIS STRATEGI BISNIS *SOCIAL ENTERPRISE* RIZKA HIJAB**

**disetujui dan disahkan oleh pembimbing:**

**Pembimbing I,**



**Tika Annisa Lestari Koeswandi, S.S., M.M.**

**NIP 920190219920513201**

**Pembimbing II,**



**Mira Nurfitriya, S.Pd., M.Sc.**

**NIP 920200119911219201**

**Diketahui,**

**Ketua Program Studi Kewirausahaan,**



**Azizah Fauziyah, S.Pd., M.Pd.**

**NIP 920171219910820201**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Putri Rizki Fitriani

NIM : 1901745

Program Studi : Kewirausahaan

Judul Skripsi : Analisis Strategi Bisnis *Social Enterprise* Rizka Hijab

Dengan ini saya menyatakan bahwa penelitian skripsi dengan judul “Analisis Strategi Bisnis *Social Enterprise* Rizka Hijab” beserta seluruh isinya adalah hasil karya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya tulis ini.

Tasikmalaya, Agustus 2023

Yang menyatakan,



Putri Rizki Fitriani

## ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui 1) Gambaran strategi bisnis yang diterapkan saat ini pada *social enterprise* Rizka Hijab; 2) Identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan pada *social enterprise* Rizka Hijab; dan 3) Alternatif formulasi strategi bisnis terbaru *social enterprise* Rizka Hijab. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Alat pengumpulan data yang digunakan terdiri dari observasi, wawancara, dan studi pustaka. Berdasarkan hasil wawancara pra penelitian, diketahui bahwa *social enterprise* Rizka Hijab mengalami penurunan pendapatan yang disebabkan oleh menurunnya penjualan karena tidak adanya strategi bisnis yang digunakan oleh perusahaan. Hasil dari penelitian ini adalah gambaran strategi bisnis yang diterapkan oleh *social enterprise* Rizka Hijab saat ini. Selain itu, juga didapatkan hasil identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada perusahaan *social enterprise* Rizka Hijab berdasarkan data yang telah diperoleh. Hasil dari identifikasi tersebut adalah *social enterprise* Rizka Hijab memiliki delapan kekuatan, delapan kelemahan, enam peluang, dan empat ancaman. Hasil identifikasi tersebut kemudian dianalisis menggunakan matriks IFE EFE dan didapatkan total skor pada matriks IFE adalah 2,90 sedangkan untuk matriks EFE adalah 2,84. Sehingga, *social enterprise* Rizka Hijab berada di sel V pada matriks IE yang berarti *hold and maintain*. Berdasarkan hasil analisis pada matriks IE maka formulasi strategi bisnis terbaru untuk *social enterprise* Rizka Hijab adalah penetrasi pasar dan pengembangan produk.

**Kata Kunci:** Analisis SWOT, Matriks IE, Matriks IFE EFE, *Social Enterprise*, Strategi Bisnis.

## ***ABSTRACT***

The purpose of this study was to finding 1) an overview of the business strategy that is currently being applied to Rizka Hijab's social enterprise; 2) Identification of the company's strengths, weaknesses, opportunities and threats in Rizka Hijab's social enterprise; and 3) Alternative formulation of the latest social enterprise business strategy, Rizka Hijab. The research method used qualitative research with a case study approach. The data collection tools used consisted of observation, interviews, and literature study. Based on the results of the pre-research interviews, it is known that Rizka Hijab's social enterprise has experienced a decrease in revenue due to decreased sales due to the absence of a business strategy used by the company. The results of this study were the overview of the business strategy currently implemented by Rizka Hijab's social enterprise. In addition, the results of the identification of strengths, weaknesses, opportunities and threats to the social enterprise company Rizka Hijab were also obtained based on the data obtained by researchers. The results of this identification were social enterprise Rizka Hijab had eight strengths, eight weaknesses, six opportunities and four threats. The identification results were then analyzed using the IFE EFE matrix and the total score for the IFE matrix was 2.90 while for the EFE matrix it was 2.84. Therefore, Rizka Hijab's social enterprise was there in cell V in the IE matrix, which means hold and maintain. Based on the results of the analysis on the IE matrix, the latest business strategy formulation for Rizka Hijab's social enterprise is market penetration and product development.

**Keywords:** Business Strategy, IFE EFE Matrix, IE Matrix, Social Enterprise, SWOT Analysis.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT, berkat limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Strategi Bisnis *Social Enterprise* Rizka Hijab”. Skripsi ini adalah salah satu dari beberapa persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan dan memperoleh gelar sarjana pada Program Studi S1 Kewirausahaan.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, arahan, dan dukungan dari berbagai pihak terkait. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Solehuddin, M.Pd., M.A. selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Prof. Dr. Heri Yusuf Muslih, M.Pd. selaku Direktur Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Tasikmalaya.
3. Ibu Azizah Fauziah, S.Pd., M.Pd. selaku Ketua Prodi Kewirausahaan Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Tasikmalaya.
4. Ibu Tika Annisa Lestari Koeswandi, S.S., M.M. selaku dosen pembimbing I yang telah berkenan membantu dan membimbing penulis hingga bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Ibu Mira Nurfitriya, S.Pd., M.Sc. selaku dosen pembimbing II yang telah sabar membantu dan membimbing penulis hingga bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Tak hanya itu, saya juga ingin menyampaikan terima kasih yang sebanyak-banyaknya untuk semua hal yang telah dilewati, terima kasih atas pengalaman-pengalaman baru yang ibu berikan, terima kasih atas ilmu yang telah ibu bagikan, terima kasih untuk semua kesempatan berharga yang ibu berikan, terima kasih karena selalu membantu Neneng di saat kesulitan selama masa perkuliahan. Mohon maaf jika selama ini banyak hal yang kurang berkenan. Neneng selalu berdoa semoga ibu sehat selalu dan dilancarkan segalanya. Semoga berakhirnya masa kuliah Neneng tidak menjadi akhir untuk kita bersilaturahmi. Ditunggu next trip nya bu
6. Ibu Nizza Nadya Rachmani, S.Hut., M.M. selaku dosen yang senantiasa membantu penulis selama masa perkuliahan. Terima kasih banyak ibu untuk

semua ilmu dan pengalaman yang telah ibu berikan. Terima kasih untuk semua hal yang telah terlewati dan mohon maaf jika selama ini ada perkataan atau perbuatan neneng yang kurang berkenan.

7. Seluruh dosen dan staff program studi Kewirausahaan yang telah membantu, membimbing, serta memberi dukungan selama perkuliahan dan selama penelitian berlangsung.
8. Kepada Rizka Hijab terutama teh Rizka yang telah berkenan menjadi objek penelitian serta membantu selama penelitian berlangsung.
9. Kedua orang tua yang tak pernah lelah mendoakan serta mendukung saya dalam menjalani semua proses perkuliahan. Alhamdulillah dengan adanya skripsi ini saya bisa membuktikan bahwa saya berhasil melewati semua rintangan di masa perkuliahan ini. Terima kasih mah, pa karena selalu mengusahakan yang terbaik untuk anak mu ini. Semoga setelah ini ade bisa bikin mamah sama bapa bangga dan bahagia ya
10. *Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for doing all this hard work. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting.* Terima kasih sudah bertahan sampai saat ini. Terima kasih karena kamu sudah berhasil melawan rasa malas dan membungkam semua pertanyaan “kapan sidang?”. Maaf karena terkadang rasa ego terlalu menyelimuti diri sehingga kamu harus bertindak tidak sesuai dengan keinginanmu. Terima kasih karena selalu memperlihatkan sisi bahagiamu dan menyembunyikan sisi gelap mu. Tetap berjuang untuk mendapatkan kebahagiaan diri yaa dan juga agar bisa membahagiakan orang-orang yang menyayangimu. Ingat bahwa skripsi hanyalah akhir dari perkuliahan bukan akhir dari kehidupan. Setelah ini, rintangan yang akan kamu lewati akan semakin banyak dan beragam. SEMANGAT TERUS PUT! KAMU HEBAT, KEREN SUMPAH
11. Untuk kaka saya Asri Hanifah dan suaminya yang selalu membantu saya di saat saya kesulitan di kota perantauan ini. Tak lupa untuk ponakan saya Annisa Dara Nur Fitriani dan Arsyila Khaila Azzahra yang senantiasa menghibur saya di kala penat. Juga teruntuk kerabat-kerabat saya yang tidak bisa saya sebutkan



satu per satu yang senantiasa selalu mendoakan dan juga memberikan *support* baik secara materi ataupun non materi.

12. Untuk saudara-saudara saya yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu per satu. Terima kasih atas doa, serta bantuan yang telah diberikan baik secara materi ataupun non materi.
13. Untuk teman-teman yang selalu mengajak dan mendorong saya agar selalu semangat dalam menyusun skripsi. Selalu membantu saya di kala sulit. Selalu mendengarkan cerita ataupun keluh kesah saya setiap harinya. Terima kasih karena sudah mau berteman dengan orang *moody*-an seperti Neneng hehe
  - ❖ Teruntuk Septiani yang sudah bersedia menjadi teman dari awal pemberkasan bidikmisi sampai saat ini. Terima kasih karena sudah menjadi bagian dari cerita hidup Neneng selama masa kuliah. Walaupun suatu saat nanti mungkin kita terhalang oleh jarak, tapi semoga itu gak jadi alasan buat kita mengakhiri pertemanan yaa. Semangat terus dalam mengejar mimpi!
  - ❖ Teruntuk Dela Fitriani Kurnia, terima kasih karena selalu ada dalam kondisi apapun. Walaupun kita terpisahkan oleh jarak, tapi itu gak jadi penghalang untuk kita saling menyemangati. Semangat terus ya bund, walaupun sambil istigfar terus. Semoga apa yang kita jalani atau lewati sekarang menjadi bunga yang sangat indah suatu saat nanti. Meskipun terkadang kita selalu ingin menjadi orang lain, percayalah banyak orang yang ingin menjadi seperti kita
  - ❖ Teruntuk Rika Santika, terima kasih karena sudah menjadi teman sekosan yang selalu memberikan *support* dan juga semangat untuk neneng. Terima kasih karena sudah menjadi tempat untuk neneng bercerita dan berkeluh kesah setiap harinya. Maaf karena selalu neneng repotin. Selalu *support* neneng ya bund
  - ❖ Teruntuk penghuni kos Mutiara, Fajri, Elca, Christine, Akdil, Amel, dan yang lainnya. Terima kasih sudah memberi warna di cerita kehidupan neneng. Makasih udah bikin suasana kosan seperti keluarga. Semoga kita semua sukses ya!
  - ❖ Teruntuk Bespren, Fathur, Arap, Susan. Terima kasih sudah menjadi bagian dalam cerita perkuliahan neneng. Terima kasih untuk semua hal yang telah

dilewati bersama. Semoga pertemanan ini bisa terus berlanjut hingga waktu yang tak bisa ditentukan.

- ❖ Teruntuk semua teman-teman dan orang-orang yang neneng kenal yang tak bisa disebutkan satu per satu. Terima kasih karena sudah mau mengenal dan berteman dengan orang yang banyak akan kekurangan ini. Terima kasih sudah memberikan warna dan kenangan yang sangat berarti dalam hidup ini. Maaf jika ada perkataan ataupun perbuatan yang kurang berkenan. Jangan pernah sungkan untuk ngehubungin neneng yaa.

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iii</b>
<b>UCAPAN TERIMA KASIH.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Limitasi Batasan Penelitian.....	4
1.5 Kegunaan Penelitian.....	5
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
2.1 Kajian Pustaka.....	6
2.1.1 Strategi Bisnis .....	6
2.1.2 Analisis SWOT .....	8
2.1.3 Matriks IFE EFE .....	10
2.1.4 Matriks IE.....	11
2.2 Penelitian Terdahulu .....	12
2.3 Kerangka Pemikiran.....	15
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>17</b>
3.1 Objek Penelitian .....	17
3.2 Metode dan Desain Penelitian.....	18
3.2.1 Metode Penelitian.....	18
3.2.2 Desain Penelitian.....	19
3.3 Sumber Data dan Alat Pengumpulan Data.....	21
3.3.1 Sumber Data.....	21
3.3.2 Alat Pengumpulan Data .....	22

3.4 Partisipasi Penelitian .....	22
3.5 Teknik Analisis Data.....	22
3.6 Waktu dan Jadwal Penelitian .....	23
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>25</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	25
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian .....	25
4.1.2 Struktur Organisasi Rizka Hijab .....	25
4.1.3 Filosofi Logo Rizka Hijab.....	26
4.2 Pembahasan Hasil Penelitian .....	27
4.2.1 Gambaran Strategi Bisnis yang diterapkan oleh Rizka Hijab.....	27
4.2.2 Identifikasi Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman Perusahaan pada <i>Social Enterprise</i> Rizka Hijab.....	29
4.2.3 Alternatif Formulasi Strategi Bisnis Terbaru <i>Social Enterprise</i> Rizka Hijab dengan Pendekatan Analisis SWOT .....	32
<b>BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN .....</b>	<b>39</b>
5.1 Simpulan .....	39
5.2 Implikasi.....	39
5.3 Saran.....	40
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>41</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>45</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	12
Tabel 3.1 Matriks IFE .....	20
Tabel 3.2 Matriks EFE .....	20
Tabel 4.1 Matriks IFE <i>Social Enterprise</i> Rizka Hijab .....	32
Tabel 4.2 Matriks EFE <i>Social Enterprise</i> Rizka Hijab .....	34

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pendapat <i>Social Enterprise</i> Rizka Hijab .....	2
Gambar 2.1 Matriks IE.....	11
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	16
Gambar 3.1 Alur Penelitian.....	19
Gambar 3.2 Matriks IE.....	21
Gambar 4.1 Galeri Rizka Hijab.....	25
Gambar 4.2 Struktur Organisasi Rizka Hijab .....	26
Gambar 4.3 Logo Rizka Hijab .....	27
Gambar 4.4 Analisis SWOT <i>Social Enterprise</i> Rizka Hijab .....	30
Gambar 4.5 Matriks IE.....	35
Gambar 4.6 Matriks IE <i>Social Enterprise</i> Rizka Hijab.....	36
Gambar 4.7 Dokumentasi Pelaksanaan Diskusi Bersama <i>Owner</i> <i>Social Enterprise</i> Rizka Hijab.....	38

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pertanyaan Wawancara Penelitian.....	45
Lampiran 2 Hasil Wawancara.....	47
Lampiran 3 Koding Transkrip Wawancara .....	55
Lampiran 4 Dokumentasi Penelitian.....	63

## Daftar Pustaka

- Abdillah, M. B., Hakim, R. M. A., Damiri, D. M., & Zahra, F. (2018). Analisis strategi bisnis pada UMKM kerajinan bambu di Kota Bandung. *AdBispreneur*, 2(3), 227.
- Abdussamad, Z. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. CV. Syakir Media Press.
- Ainun, N., Wahida, A., & Maming, R. (2023). Pentingnya peran logo dalam membangun branding pada UMKM. *Jesya*, 6(1), 674–681.
- Alhamid, T., & Anufia, B. (2019). Instrumen pengumpulan data. *Academia Edu*, 1–20.
- Andriani, F., Tasa, N. N., Nurhasanah, S., Oktaviani, S., & Putri, A. M. (2021). Penerapan analisis SWOT terhadap penentuan strategi pemasaran (studi kasus seblak dan baso aci wak acan Pekanbaru). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5, 2904–2910.
- Astuti, A. M. I., & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran (studi kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 58–70.
- Brooks, G., Heffner, A., & Henderson, D. (2014). A SWOT analysis of competitive knowledge from social media for a small start-up business. *Review of Business Information Systems (RBIS)*, 18(1), 23–34.
- Damariyanti, K. L., Hartiati, A., & Yoga, I. W. G. Sedana. (2021). Strategi pengembangan usaha kedai kopi “Kandera Coffee” Denpasar Bali menggunakan metode SWOT dan QSPM. *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri*, 9(2), 228–237.
- David, F. R. (2016). *Manajemen strategik: suatu pendekatan keunggulan bersaing - konsep edisi 15*. Salemba Empat.
- Dunan, H., Habiburrahman, & Angestu, B. (2020). Analisis strategi bisnis dalam upaya meningkatkan penjualan pada Love Shop Boutique di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 11(1), 53–62.
- Effendi, U., Astuti, R., & Melati, D. C. (2017). Strategi pengembangan usaha coklat menggunakan quantitative strategic planning matrix (QSPM) dan multi attribute utility theory (MAUT) di Kampung Coklat, Blitar. *Industria: Jurnal Teknologi Dan Manajemen Agroindustri*, 6(1), 31–40.
- Evelyn. (2018). Analisis manajemen strategi bersaing dengan matriks IE, matriks SWOT dan matriks QSPM pada PT. XYZ. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2(4), 99–105.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain penelitian metode kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33-54.
- Fatimah, F. N. D. F. (2020). *Teknik analisis SWOT*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.



- Habsy, B. A. (2017). Seni memahami penelitian kualitatif dalam bimbingan dan konseling: studi literatur. *JURKAM: Jurnal Konseling Andi Matappa*, 1(2), 90–100.
- Harini, C., & Yulianeu. (2018). Strategi penetrasi pasar UMKM Kota Semarang menghadapi era pasar global MEA. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 21(2), 361–381.
- Harisudin, M. (2019). Metode penentuan faktor-faktor keberhasilan penting dalam analisis SWOT. *AGRISAINTIFIKA: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 3(2), 109–121.
- Ikhwan, A., & Hendri, R. (2020). Analisis perencanaan strategis sistem informasi dan teknologi informasi menggunakan *framework ward* dan *peppard* studi kasus: Fakultas Komputer Umitra Indonesia. *Jurnal Teknologi Dan Informatika (JEDA)*, 1(1), 1–12
- Intania, R. P. (2019). Bentuk–bentuk struktur organisasi (a form of the Structure of the organization). *Academia Edu*.
- Jatmiko, B., Udin, U., Raharti, R., Laras, T., & Ardhi, K. F. (2021). Strategies for MSMEs to achieve sustainable competitive advantage: the SWOT analysis method. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 505–515.
- Jesica, J., & Kempa, S. (2016). Analisis strategi bisnis pada Click Fashion. *AGORA*, 4(2), 286–292.
- Karyono, O., & Agustina, K. (2019). Determining the priority strategy in the implementation of e-government through SWOT analysis model. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal) : Humanities and Social Sciences*, 2(2), 66–74.
- Kusbandono, D. (2019). Analisis SWOT sebagai upaya pengembangan dan penguatan strategi bisnis (studi kasus pada Ud. Gudang Budi, Kec. Lamongan). *Jurnal Manajemen*, 4(2), 921–932.
- Maryani, L., & Chaniago, H. (2019). Peran strategi bisnis dalam meningkatkan keunggulan bersaing di industri fashion. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 5(1), 48.
- Miharja, K. (2018). Analisa SWOT dalam menentukan strategi bisnis susu murni Q-Milk. *Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis*, 2(1), 30–38.
- Mustikowati, R. I., & Tysari, I. (2014). Orientasi kewirausahaan, inovasi, dan strategi bisnis untuk meningkatkan kinerja perusahaan (studi pada UKM sentra Kabupaten Malang). *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 10(1), 23–37.
- Ningsih, K., & Hamamah. (2014). Matriks internal factor evaluation (IFE) dan external factor evaluation (EFE) buah naga organik (*hylocereus undatus*). *Agromix*, 5(1), 12–21.
- Nisak, Z. (2013). Analisis SWOT untuk menentukan strategi kompetitif. *Academia*, 468–476.

- Noor, S. (2014). Penerapan analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran Daihatsu Luxio di Malang. *Jurnal INTEKNA*, 14(2), 102–209.
- Nurfitriya, M., Fauziyah, A., Koeswandi, T, A, L., Yusuf, I., & Rachmani, N, N, (2022). Peningkatan literasi digital marketing UMKM Kota Tasikmalaya. *Acitya Bhakti*, 2(1), 57–64.
- Permana, D, J. (2015). Analisis peluang bisnis media cetak melalui pendekatan bisnis model canvas untuk menentukan strategi bisnis baru. *Faktor Exacta*, 6(4), 309–319.
- Praszkier, R., & Nowak, A. (2011). *Social entrepreneurship: theory and practice*. Cambridge University Press.
- Purnomo, B., & Purnomo, B, R. (2017). Pengembangan produk dan inovasi produk pada teh hijau Cap Pohon Kurma (studi pada PT Panguji Luhur Utama). *Jurnal MAKSIPRENEUR*, VI(2), 27–35.
- Putri, N, E., Astuti, R., & Putri, S, A. (2014). Perencanaan strategi pengembangan restoran menggunakan analisis SWOT dan metode QSPM. *Jurnal Industria*, 3(2).
- Putri, Z, E., Labibah, N, K, N., Baidlowi, Z, F, I., Sari, D, N., Asmaranti, K, F., & Abiyasa, I, A. (2021). Strategi penetrasi pasar untuk meningkatkan daya saing perusahaan e-commerce di Indonesia. *JMB : Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(2), 216–220.
- Qanita, A. (2020). Analisis strategi dengan metode SWOT dan QSPM (quantitative strategic planning matrix): studi kasus pada D’Gruz Caffe di Kecamatan Bluto Sumenep. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 1(2), 11–24.
- Rachmawati, H, M., & Pratama, A, J. (2017). Analisa metode SWOT dan perencanaan strategi guna menentukan strategi bisnis perusahaan panel listrik pada PT. Laksana Panel. *Prosiding SNATIF*, 4, 701–707.
- Ramelan, S, W., Sidhi, P., & Ardiansyah, M. (2009). Analisis strategi bisnis dengan menggunakan pendekatan metode balanced scorecard pada PT. XYZ. *Journal of Business Strategy and Execution*, 1(2), 334–346.
- Rangkuti, F. (1998). *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rijali, A. (2019). Analisis data kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81–95.
- Rorah, I, R. ., Poluan, M., Paath, F., & Wongkar, M. (2022). Analisis penetrasi pasar dan pengembangan pasar terhadap retensi pelanggan oleh petani cabe keriting di Kelurahan Kakaskasen I dan Kakaskasen II Kecamatan Tomohon Utara Kota Tomohon Propinsi Sulawesi Utara-Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi*, 9(3), 1335–1347.
- Rosmadi, M, L, N. (2021). Penerapan strategi bisnis di masa pandemi covid-19 jurnal. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(1), 122–127.
- Rukin. (2019). *Metodologi penelitian kualitatif (I)*. Takalar: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.

- Sari, L. K., Nuringwahyu, S., & Hardati, R. N. (2018). Strategi pengembangan produk guna meningkatkan penjualan (studi pada CV. Kajeye Food, Blimbing-Malang). *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 7(3), 38–45.
- Sarosa, S. (2021). *Analisis data penelitian kualitatif*. Yogyakarta: PT. Kanisius.
- Sedjati, R, S. (2015). *Manajemen strategis*. Yogyakarta: Deepublish.
- Shabrina, N. (2020). Analisis SWOT untuk meningkatkan jumlah konsumen di Lazada Express Padang. *Jurnal Matua*, 2(4), 393–410.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian evaluasi (pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan kombinasi)*. Alfabeta.
- Sulistiani, D. (2014). Analisis SWOT sebagai strategi perusahaan dalam memenangkan persaingan bisnis. *El-Qudwah*.
- Suryadi, D. (2020). Lima alat ukur analisis bisnis manajemen strategi dalam merencanakan dan mengevaluasi target bisnis. *Jurnal Asy-Syukriyyah*, 21(2), 194–207.
- Tjoe, T, F., & Sarjono, H. (2010). Strategi bisnis pada PT. CTL dengan pendekatan metode tows. *Binus Business Review*, 1(2), 434.
- Wardani, D, K., & Khoiriyah, D. (2018). Pengaruh strategi bisnis dan karakteristik perusahaan terhadap penghindaran pajak. *Akuntansi Dewantara*, 2(1), 25–36.
- Wijaya, T., & Maghfiroh, A. (2018). Strategi pengembangan produk untuk meningkatkan daya saing produksi (studi pada tape “Wangi Prima Rasa” di Binakal Bondowoso). *Profit: Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan*, 2(1), 87–98.
- Yolandha, D, P. (2022). Pengaruh digital marketing, electronic word of mouth (E-WOM) dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada UMKM Pia Gandrung Glenmore. *FEBENEFECIUM*, 439-452.