

ANALISIS PENGEMBANGAN USAHA DISTRIBUTOR AIR MINERAL TOKO MEKAR SARI DI KOTA SURABAYA DENGAN STRATEGI SWOT

Trinita Kartika Andini¹, Nekky Rahmiyati², Yulyar Kartika Wijayanti³, Suyanto⁴

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email : trinitaandini00@gmail.com¹, yuliar@untag-sby.ac.id², suyanto@untag-sby.ac.id³, nekky@untag-sby.ac.id⁴

ABSTRACT

The purpose of this study was to delve into the strategic analysis of mineral water distributor business development. It uses the framework of SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) to assess its impact on the company's progress. This research aims to identify the inherent strengths and weaknesses of mineral water distribution businesses. It also aims to identify external opportunities and threats in operational environments. This is done through a thorough review of existing literature and data collection. By employing the SWOT analysis methodology, the study endeavors to uncover critical strategic insights pivotal for enhancing business progression, market positioning, and overall sustainability. The results of this study should not only add to the body of knowledge on strategic management in the mineral water distribution sector but also provide useful information for practitioners in the field, decision-makers in government, and other interested parties. This project aims to promote informed decision-making, innovation, and sustainable company development and growth within the mineral water distribution industry by improving knowledge of strategic decision-making processes in this environment.

Keywords: SWOT strategy, Mineral water distribution, business progress

PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis modern yang terus berubah, pemahaman tentang kewirausahaan telah menjadi semakin penting bagi akademisi, praktisi, dan pembuat kebijakan. Ini karena kewirausahaan merupakan pusat utama dalam ekonomi global yang mendorong inovasi, penciptaan lapangan kerja, dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan maka dari itu pemahaman tentang ilmu kewirausahaan perlu diterapkan di akademisi saat ini.

Pendidikan Kewirausahaan biasanya mempelajari sebuah materi atau ilmu tentang bagaimana melatih keterampilan berkomunikasi, melatih mental dan jiwa kewirausahaan, serta Menyusun rencana yang berfokus pada keuntungan. Dengan adanya kemampuan dalam ilmu

kewirausahaan dapat memungkinkan lulusan untuk menjadi individu yang mandiri dan memberikan kesempatan kerja kepada orang lain dan mengurangi permasalahan pengangguran

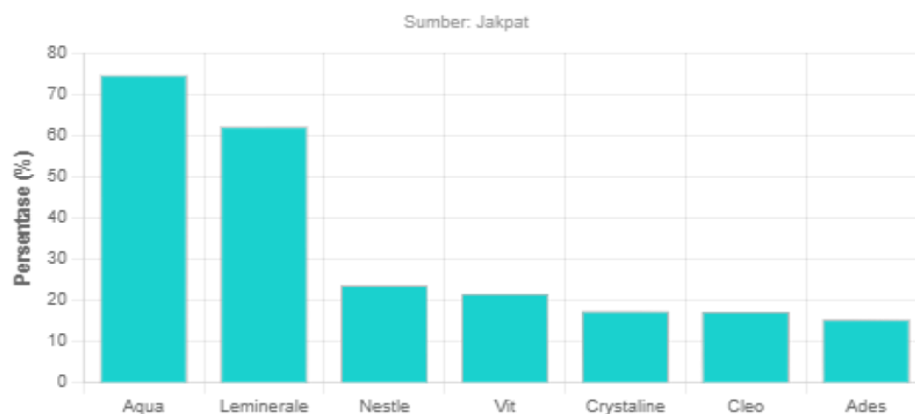
Pengertian kewirausahaan menurut Keputusan Menteri Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil Nomor 961/ KEP/M/XI/1995, adalah semangat, sikap, perilaku, dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, serta menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar, sumber dari penelitian (Tenrinippi, 2019)

Analisis strategi kewirausahaan merupakan proses penting dalam menentukan langkah-langkah strategis yang tepat untuk mencapai tujuan bisnis, menemukan peluang, dan mengatasi tantangan. Ini melibatkan evaluasi mendalam tentang kekuatan dan kelemahan internal bisnis, serta ancaman dan peluang eksternal. Menurut Nadela dan Paun (2019), strategi adalah rangka kerja dari elemen penting seperti kewirausahaan, persaingan, dan fungsional yang akan digunakan untuk mencapai tujuan dan posisi perusahaan untuk mencapai keberhasilan yang berkelanjutan. Ada beberapa alat analisis untuk mengembangkan sebuah usaha salah satunya analisis SWOT.

Analisis SWOT adalah sebuah alat analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman untuk bisnis atau proyek tertentu. Struktur seperti SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) sangat bermanfaat saat menganalisis strategi kewirausahaan. SWOT membantu pengusaha menemukan hal-hal penting yang memengaruhi kemajuan perusahaan mereka dan membantu mereka mengambil keputusan yang tepat untuk memanfaatkan peluang dan menghadapi kesulitan.

Dalam hal ini, pengusaha harus dapat mengoptimalkan sumber daya yang dimilikinya untuk menghasilkan produk atau jasa yang terbaik. (saras sarasvathy,2001). Salah satu bisnis yang menghasilkan produk dan jasa adalah bisnis distributor air mineral dalam kemasan. Kebutuhan akan air minum yang higienis dan mudah untuk dikonsumsi semakin meningkat di era modern ini. Air bersih akan menjadi lebih sulit untuk diperoleh seiring bertambahnya populasi manusia yang ada dan karena adanya pencemaran air oleh manusia itu sendiri.

Air minum dalam kemasan (AMDK) mewakili salah satu pasar minuman yang tumbuh paling cepat di dunia dan proyeksi terbaru mengindikasikan bahwa AMDK memungkinkan untuk menyalip minuman ringan dan menjadi kategori minuman terbesar berdasarkan volume. Bahkan di negara Dimana air sumurnya sangat aman, konsumsi air mineral dalam kemasan masih tinggi (Mufrodi, 2021).



Gambar AMDK Paling Diminati

Sumber; jakpat survey 2023

Di tengah dinamika pasar yang terus berubah, distribusi air mineral adalah salah satu industri yang memiliki potensi pertumbuhan yang signifikan. Para distributor air mineral menghadapi banyak tantangan dan peluang dalam konteks ini, yang berdampak pada kemajuan bisnis mereka. Analisis strategis menjadi sangat penting bagi para pelaku industri ini karena strategi yang tepat sangat penting untuk menangani tantangan dan memanfaatkan peluang. Menurut (ardianto, 2011) peluang usaha adalah suatu kesempatan yang muncul dari

perubahan lingkungan atau kebutuhan pasar yang belum terpenuhi.

Selain faktor internal perusahaan, pertumbuhan bisnis distributor air mineral juga dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti regulasi pemerintah, persaingan di pasar, perubahan gaya konsumen, dan faktor lingkungan lainnya. Akibatnya, memahami dinamika industri dan menilai posisi dan strategi bisnis adalah langkah penting menuju pertumbuhan yang berkelanjutan.

Bisnis air mineral merupakan bisnis yang tidak lekang oleh waktu, karena air mineral merupakan kebutuhan primer manusia, Dimana semua manusia membutuhkan air mineral untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Air mineral kemasan menjadi populer karena mudah diakses dan nyaman untuk digunakan dan dibawa kemana mana.

Kecenderungan peningkatan konsumsi botol air merupakan perubahan dalam cara hidup. Ini juga menunjukkan bahwa perkembangan urbanisasi yang luar biasa, kualitas air keran/sumur yang memburuk, tetapi pada saat yang sama standar hidup yang terus meningkat memungkinkan orang untuk membawa botol air minum yang mahal. (Mufrodi, 2021)

METODE PELAKSANAAN

Dalam melakukan sebuah perencanaan bisnis di perusahaan kita harus melakukan evaluasi faktor eksternal maupun faktor internal yang berhubungan dengan kegiatan bisnis perusahaan tersebut. Analisis faktor – faktor harus menghasilkan adanya kekuatan (strength), serta kelemahan (weakness) yang terdapat pada perusahaan. Sedangkan untuk melakukan analisis terhadap faktor eksternal harus dapat menghasilkan informasi terkait kesempatan – kesempatan yang dimiliki oleh perusahaan atau peluang (opportunity) serta dapat ancaman yang membahayakan perusahaan dan yang dialami oleh organisasi yang bersangkutan.

Dalam penelitian ini, Peneliti akan menganalisis secara deskriptif kualitatif dan juga menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) adalah metode yang digunakan untuk menentukan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada suatu organisasi atau proyek.

Analisis SWOT menurut (Suryaningsih, 2022) alat untuk melakukan analisis strategi bagi perusahaan, dimana analisis SWOT menyediakan informasi tentang kondisi internal maupun eksternal yang sedang dihadapi oleh perusahaan secara mendalam, sehingga dapat dijadikan sebagai upaya untuk mengambil keputusan dan memperbaiki kualitas perusahaan. Analisis ini dirasa sangat penting bagi perusahaan karena dapat memudahkan perusahaan dalam pengambilan keputusan untuk kedepannya. Toko mekar sari harus mengetahui betapa pentingnya melakukan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) untuk menemukan komponen penting yang memengaruhi kemajuan dan keberlanjutan perusahaan.

Analisis SWOT membantu dalam memahami posisi perusahaan di pasar dan menemukan peluang dan hambatan. Toko mekar sari dapat membuat rencana yang lebih efisien untuk meningkatkan kinerjanya dengan memahami kekuatan dan kelemahan internalnya, serta peluang dan ancaman dari luar. Upaya ini akan membantu toko mekar sari memaksimalkan potensi pertumbuhannya, meningkatkan kualitas layanan, dan memperluas pangsa pasarnya. sehingga, toko mekar sari dapat terus menjadi pilihan utama bagi konsumen yang setia dan inovatif di industri ini.

KAJIAN TEORI

MANAJEMEN STRATEGI

Suryadi Prawirosentono (2014:15) menyatakan bahwa manajemen strategi adalah serangkaian keputusan dan Tindakan manajerial yang menentukan kinerja Perusahaan dalam jangka Panjang. Sedangkan menurut rangkuti & Freddy, (2017:23) mengartikan bahwa manajemen strategi sebagai proses yang digunakan oleh organisasi untuk mencapai tujuan jangka panjang melalui analisis lingkungan, rumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi serta pengendalian strategi.

ANALISIS SWOT

Analisis SWOT menurut (Suryaningsih, 2022) alat untuk melakukan analisis strategi bagi perusahaan, dimana analisis SWOT menyediakan informasi tentang kondisi internal maupun eksternal yang sedang dihadapi oleh perusahaan secara mendalam, sehingga dapat dijadikan sebagai upaya untuk mengambil keputusan dan memperbaiki kualitas perusahaan. Analisis ini dirasa sangat penting bagi perusahaan karena dapat memudahkan perusahaan dalam pengambilan

keputusan untuk kedepannya. Sedangkan menurut (Saputra et al., 2023) Analisis SWOT ini didasari pada logika dengan cara memaksimalkan (Strengths) dengan (Opportunities) faktor internal perusahaan, meminimalkan (Weaknesses) dengan ancaman (Threats) faktor eksternal perusahaan, proses dalam pengambilan keputusan strategis yang selalu berkaitan dengan pengembangan misi perusahaan, tujuan perusahaan, strategi perusahaan, dan kebijakan perusahaan. Perencana strategi harus menganalisis faktor – faktor strategi perusahaan yaitu kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), Peluang (Opportunities), dan Ancaman (Threats), dalam kondisi yang ada saat ini.

BMC

BMC merupakan alat visualisasi penting yang membantu memulai bisnis lebih mudah diakses (Sartono, 2021). Menurut Alfarizi (2019) BMC adalah cara sistematis untuk memahami, mendesain dan menerapkan model bisnis yang sudah ada atau membuat model bisnis yang baru. BMC meliputi sembilan elemen berbeda yang saling terkait dan teridentifikasi sebagai kunci penting untuk menciptakan model bisnis yang sukses. Sembilan elemen tersebut meliputi Customer Segments, Value Proposition, Channels, Customer Relationships, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partners, dan Cost Structure.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT pada toko mekar sari merupakan proses analisa faktor internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi keberhasilan organisasi seperti Produk berkualitas tinggi dan layanan pelanggan yang baik, Pelayanan yang ramah dan efisien dari karyawan serta kualitas air mineral yang terjamin kebersihannya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan membantu toko mempertahankan basis pelanggan setianya. Berikut adalah analisis SWOT yang meliputi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.

Tabel Analisa Matriks SWOT

Faktor Internal Faktor Eksternal	Kekuatan (<i>Strengths</i>) 1. Sistem manajemen yang teratur 2. Tersedianya modal 3. Lokasi perusahaan yang strategis 4. Ketersediaan material yang berlimpah 5. Free kirim dalam kota 6. Armada pengiriman ready setiap hari 7. Kualitas material yang baik 8. Penggunaan mesin/teknologi pengolahan material	Kelemahan (<i>Weakness</i>) 1. Pencatatan keuangan secara manual masih belum tersistem 2. Tidak ada penyuluhan dan pelatihan K3 3. Kurangnya promosi produk 4. Sering terjadinya trouble armada saat proses pengiriman
	Peluang (<i>Opportunities</i>) 1. Segmentasi pasar yang luas 2. Pembangunan infrastruktur yang berkesinambungan 3. Kemajuan teknologi dalam pengolahan material 4. Permintaan Sirtu tinggi 5. Kemudahan menjalin kemitraan	Strategi S-O 1. Meningkatkan kualitas pelayanan dan menjaga stabilitas ketersediaan stock 2. Memanfaatkan peluang masifnya pembangunan di Jawa Timur serta membuka akses jaringan pasar ke para kontraktor sebagai mitra bisnis Strategi W-O 1. Perbaiki manajemen pengelolaan dan peningkatan kualitas SDM melalui pelatihan 2. Memanfaatkan media sosial untuk branding dan memasifkan promosi 3. Mengadopsi perangkat lunak akuntansi terbaru untuk mengotomatisasi proses pencatatan keuangan.
	Ancaman (<i>Threats</i>) 1. Adanya persaingan usaha 2. Persaingan harga produk 3. Bencana alam	Strategi S-T 1. Menjaga stabilitas harga dan kualitas Sirtu serta pelayanan pengiriman 2. Konsisten menerapkan K3 industri dalam setiap proses produksi Strategi W-T 1. Penambahan teknisi Dumtruck & uji kir secara berkala untuk meminimalisir kendala armada dalam layanan pengiriman

Berdasarkan kuadran SWOT diatas, maka strategi yang diterapkan pada Pada kuadran I (SO Strategi) strategi umum yang dapat dilakukan oleh toko mekarsari adalah memanfaatkan kekuatan semaksimal mungkin untung mendapatkan peluang yang maksimal. Pada kuadran II (WO Strategi) toko mekarsari dapat meminimalisir kelemahan agar dapat memanfaatkan peluang yang ada. Pada kuadran III (WT Strategi) meminimalisir segala kelemahan untuk menghadapi setiap ancaman. Pada kuadran IV (ST Strategi) toko mekarsari dapat memanfaatkan kekuatan semaksimal mungkin guna menghadapi ancaman yang akan terjadi.

1. Matriks Evaluasi Faktor Internal

Faktor strategi internal adalah faktor yang akan dievaluasi dengan mempertimbangkan kekuatan dan kelemahan yang dipunyai oleh yang sebelumnya telah teridentifikasi. Faktor dinilai dalam rentang skala dari 1,0 (paling penting) hingga 0,0 (tidak penting), hal tersebut dilakukan bersumber pada pengaruh faktor-faktor terhadap posisi strategis perusahaan. Maka ketika faktor-faktor yang ada di perusahaan tidak terlalu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perusahaan yang membuat pembobotan dapat diberi nilai yang dianggap kecil adapun sebaliknya ketika faktor-faktor tersebut sangat berpengaruh maka nilai pembobotan dapat menjadi tinggi. Total bobot tidak melebihi skor 1,0. Kemudian diberikan rating untuk masing-masing faktor dalam kolom 3 dengan skala mulai dari 4 (outstanding) hingga 1 (poor), dan kemudian dikalikan dengan rating untuk memperoleh nilai dari faktor strategi internal usaha.

Tabel Matriks *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS)

NO	FAKTOR INTERNAL				
	STRENGTHS	JUMLAH	BOBOT	RATING	SKOR
1.	Jasa pengiriman free ongkir	2	0,10	3,5	0,35
2.	Modal yang tidak besae	2	0,10	4	0,40
3.	Harga kompetitif	3	0,14	5	0,70
4.	Pengelolaan bisnis yang mudah	3	0,14	4	0,40
Jumlah		10			1,85
NO	WEAKNESS	JUMLAH	BOBOT	RATING	SKOR
1.	Keterbatasan jangkauan dalam pengiriman	3	0,14	2	0,28
2.	Manajemen keuangan masih manual	3	0,14	2,5	0,35
3.	Pemasaran yang kurang maksimal	2,5	0,11	2	0,22
4.	Layanan pelanggan yang perlu ditingkatkan	2,5	0,11	2,5	0,28
Jumlah		11			1,13
Total		21			3,58

Total skor pada table diatas diketahui bernilai 3,58 diperoleh dari penjumlahan bobot item x rating faktor kekuatan dan faktor kelemahan yang digunakan sebagai titik acuan, kondisi internal

pada toko “Mekar Sari”. Pada table diketahui bahwa kekuatan utama yang dimiliki yaitu harga yang bersaing dengan harga jual yang relative lebih murah dibanding toko lain dengan skor 0,70. Sedangkan kelemahan utama yaitu ketergantungan pada pemasok dengan skor 0,35. Dikarenakan toko “Mekar Sari” merupakan distributor bukan sebagai produsen sehingga kebutuhan bahan sangat tergantung pada pemasok.

Matriks Evaluasi Faktor Eksternal

Faktor strategi eksternal akan dievaluasi dengan mempertimbangkan peluang dan ancaman perusahaan yang sebelumnya telah teridentifikasi. Faktor tersebut dinilai dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) hingga 0,0 (tidak penting), hal ini disesuaikan bersumber dari pengaruh faktor-faktor terhadap posisi strategis perusahaan. Ketika pengaruh faktor-faktor pada perusahaan minim, penilaian diberikan dengan skor rendah, tetapi bila faktor-faktor tersebut sangat signifikan pengaruhnya, maka penilaian diberikan dengan skor tinggi. Jumlah total bobot tidak melebihi 1,0. Selanjutnya, diberikan penilaian untuk masing-masing faktor dalam kolom 3 dengan rentang dari 4 (outstanding) hingga 1 (poor), dan hasilnya akan dikali dengan rating untuk mendapatkan nilai dari faktor strategi eksternal perusahaan.

Tabel Matriks *Eksternal Factor Analysis Summary* (EFAS)

NO	FAKTOR EKSTERNAL				
	OPPORTUNITY	JUMLAH	BOBOT	RATING	SKOR
1.	Air merupakan kebutuhan pokok manusia	3	0,15	4	0,60
2.	Buruknya kualitas air sumur dan keran	2	0,10	3	0,30
3.	Harga terjangkau	2,5	0,12	4	0,48
4.	Kemajuan teknologi digital	3	0,15	5	0,75
5.	Pertumbuhan pasar air mineral	2	0,10	3	0,30
Jumlah		12,5			2,43
NO	THREAT	JUMLAH	BOBOT	RATING	SKOR
1.	Persaingan yang ketat	3	0,15	3	0,45
2.	Telatnya pengiriman pemasok	3	0,15	2,5	0,38
3.	Persaingan harga produk	2	0,10	2	0,20
Jumlah		8			1,03
Total		20,5			3,46

Dari tabel diatas yang bernilai 3,46 diperoleh dari penjumlahan bobot item x rating factor peluang dan ancaman yang digunakan sebagai acuan titik kondisi eksternal pada toko “Mekar Sari”, pada tabel diketahui bahwa peluang terbesar adalah dimiliki toko “mekar sari” yaitu Kemajuan teknologi digital dengan nilai skor 0,75 sedangkan untuk ancaman terbesar toko “mekar sari” yaitu persaingan yang ketat dengan nilai skor 0,45.

Analisis Swot Toko Mekar Sari

Data yang dikumpulkan dapat digunakan untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat. Setelah melakukan penilaian sebelumnya, diagram SWOT digunakan untuk menentukan ukuran perusahaan dan strategi terbaik. Summary of Matriks Internal Analysis (IFAS) dan Summary of Matriks Internal Analysis (IFAS) dan Summary of Matriks External Analysis (EFAS) dipetakan sebagai berikut :

- a. Selanjutnya, lokasi nilai ditetapkan dengan persyaratan berikut:
 - 1) Jika peluang lebih besar dari ancaman, y lebih besar dari 0, tetapi jika ancaman lebih besar dari peluang, y kurang dari 0.
 - 2) Jika kekuatan lebih besar dari kelemahan, maka x lebih besar dari 0. Namun jika kekuatan kurang dari kelemahan maka x kurang dari 0.

Tabel Matriks Grand Strategies

IFAS	STRENGTH	WEAKNESS
EFAS	Strategi SO	Strategi WO
OPPORTUNITIES (O)	1,85 + 2,43	1,13 + 2,43
	4,28	3,56
	I	II
THREATS (T)	Strategi ST	Strategi WT
	1,85 + 1,03	1,13 + 1,03
	2,87	2,16
	III	IV

Pada tabel *matriks grand strategies* diatas, diperoleh nilai kombinasi strategi SWOT sebagai berikut:

- 1) Strength-opportunity (4,28) pada strategi ini menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.
- 2) Weakness-opportunity (3,56) strategi ini meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
- 3) Strength-threat (2,87) strategi ini menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman
- 4) Weakness-threat (2,16) strategi ini untuk meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman

Berdasarkan kuadaran SWOT diatas, maka strategi yang diterapkan pada pengembangan usaha pada toko mekar sari adalah strategi SO (strangths and opportunities) yakni memiliki pengelolaan bisnis yang mudah dan modal yang terjangkau dengan peluang air mineral dalam kemasan memiliki harga yang terjangkau dan kemajuan teknologi digital sehingga mempermudah pengelolaan bisnis. Strategi SO (strangths and opportunities)

KESIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah dan analisa pembahasan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Faktor internal yang dimiliki toko mekar sari berdasarkan kekuatan dan kelemahannya yang dapat berpengaruh terhadap perkembangan bisnis meliputi sumber daya manusia yang baik, strategi pemasaran yang efektif, free pengiriman, harga yang kompetitif, dan efisiensi operasional. Untuk memastikan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan, SDM yang berpengalaman sangat penting. SDM yang kuat, berdedikasi dan ramah mengusahakan agar selalu tepat waktu dalam pengiriman pesanan pada pelanggan. Memiliki strategi pemasaran yang terstruktur, yang melibatkan penggunaan teknologi digital seperti *whatsapp* atau *e-commerce*, sponsorship acara, dan promosi, dapat meningkatkan pengembangan dan penjualan air mineral. Selain itu, ketersediaan produk yang konsisten oleh pemasok harus terus diterapkan. Dalam pencatatan keuangan dan stok masih secara manual dalam bentuk buku. Sedangkan untuk faktor eksternal berdasarkan peluang dan ancaman yang berpengaruh pada toko mekar sari adalah exspansi dengan membuka cabang toko di wilayah baru sehingga memperluas pemasaran dan pengembangan layanan pengiriman, adanya

persaingan dalam bidang usaha yang sama, keterlabatan pemasok dalam pendistribusian barang.

2. Strategi pengembangan yang dapat dilakukan oleh toko mekar sari adalah meningkatkan promosi produk sehingga memperluas pangsa pasar. Menjaga ketersediaan stock, serta melakukan pencatatan keuangan dan stok yang lebih signifikan sehingga dapat mengetahui keuntungan dan kerugian pada toko mekar sari.

Saran

Berdasarkan dari Kesimpulan diatas saran yang dapat diberikan oleh penulis sebagai berikut:

A. Bagi Toko Mekar Sari

Toko Mekar Sari perlu konsisten mempertahankan kemampuan dalam respon dan pengiriman barang sehingga dapat menjaga hubungan baik dengan para pelanggan, serta melakukan pencatatan keuangan dan stok yang lebih signifikan sehingga dapat mengetahui keuntungan dan kerugian pada toko mekar sari, menambahkan varian produk yang dijual serta melakukan promosi produk lebih luas dengan menebarkan brosur.

B. Bagi Peneliti Berikutnya

Sangat disarankan untuk melakukan penelitian yang lebih luas dan mendalam tentang penetapan strategi menggunakan analisis SWOT, yang akan menunjukkan posisi organisasi pada kuadran. Ini akan lebih mudah untuk memilih strategi yang tepat sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfarisi, A. (2019). Perumusan Strategi Business Model Canvas (BMC) pada Perusahaan Sandal Toyosima Singosari. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1–14.
<https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/view/5582>
- Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. In *Soldering & Surface Mount Technology* (Vol. 13, Iss.ue 3). <https://doi.org/10.1108/ssmt.2001.21913cab.040>
- Philip Kotler, G. A. (2018). Prinsip-Prinsip Pemasaran (pp. 179–181).
- Sebelas, U., & Surakarta, M. (1997). Pendidikan Kewirausahaan Di Perguruan Tinggi: Pentingkah untuk Semua Profesi? *Susilaningih*. 1–9.
- Suryaningih, R. (2022). Analisis SWOT Sebagai Upaya Menentukan Strategi Pemasaran Pada Usaha Depot Air Minum Isi Ulang. 2(1), 43–62.
- Tenrinippi, A. (1980). (Apa , Mengapa , Kapan , Siapa Dan Bagaimana). 2(3), 25–40.
- Yuliani, N., Tunafiah, H., Sampurnaningsih, S. R., Andriani, J., & Erawati, D. (2022). Analisis Penerapan Strategi *Business Model Canvas* (BMC) Pada Komunitas Kuliner STII-OK OCE Untuk Tumbuh Dan Bangkit Lebih Kuat Di Era Digitalisasi. *Ikraith-Ekonomika*, 5(3), 148–160. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v5i3.2450>
- Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97–112. <https://doi.org/10.46367/jps.v1i1.205>
- Mufrodi, Z. (2021). Hasil cek _ Zahrul Mufrodi _ 60010305 _ Konsumsi Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Pada Mahasiswa.
- Pattasang, P., & Rika Ampuh Hadiguna. (2021). Rancangan Usaha Air Minum Dalam Kemasan Menggunakan Merek Mineral Santry (Di Pondok Pesantren Insan Mandiri Batam). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 2(2), 705–712.
<https://doi.org/10.38035/jmpis.v2i2.630>
- Saputra, F., Mahaputra, M. R., & Maharani, A. (2023). Pengaruh Jiwa Kewirausahaan terhadap Motivasi dan Minat Berwirausaha (*Literature Review*). 1(1), 42–53.
- Yuliani, N., Tunafiah, H., Sampurnaningsih, S. R., Andriani, J., & Erawati, D. (2022). Analisis Penerapan Strategi *Business Model Canvas* (BMC) Pada Komunitas Kuliner STII-OK OCE Untuk Tumbuh Dan Bangkit Lebih Kuat Di Era Digitalisasi. *Ikraith-Ekonomika*, 5(3), 148–160. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v5i3.2450>
- Setiawan, I., Diani, F., Purba, R. (2023). Analisis Swot Ibkik Polban Digital Printing. *Difusi*, 5(1): 16-24

