

## PERUMUSAN STRATEGI MENGGUNAKAN ANALISIS SWOT PADA BISNIS L LAUNDRY DI PEKANBARU

Adinda Khairunnisyah Fadhila<sup>1</sup>, Difa Putri Ayu Syakina<sup>2</sup>, Wan Karin Rahmadini<sup>3</sup>, Azitiya<sup>4</sup>, Rama Gita Suci<sup>5</sup>

[adindafadhila0411@gmail.com](mailto:adindafadhila0411@gmail.com)<sup>1</sup>, [difayusyakina00@gmail.com](mailto:difayusyakina00@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[wankarinrahmadini@gmail.com](mailto:wankarinrahmadini@gmail.com)<sup>3</sup>, [azitiyafauzi@gmail.com](mailto:azitiyafauzi@gmail.com)<sup>4</sup>, [ramagita@umri.ac.id](mailto:ramagita@umri.ac.id)<sup>5</sup>

Universitas Muhammadiyah Riau

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan merumuskan strategi pengembangan bisnis L Laundry yaitu , sebuah UMKM di Pekanbaru. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis SWOT. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik. Hasil penelitian mengidentifikasi kekuatan utama pada harga kompetitif, lokasi strategis, dan diversifikasi usaha. Kelemahan utamanya adalah margin tipis, SDM minimal, dan pemasaran tradisional. Peluang terletak pada digitalisasi dan tingginya permintaan jasa, sedangkan ancaman berupa persaingan ketat dan inflasi biaya. Berdasarkan matriks SWOT, dirumuskan empat strategi utama (SO, WO, ST, WT) yang berfokus pada digitalisasi operasi dan pemasaran, promosi layanan bernilai tinggi, serta perbaikan sistem SDM dan keuangan untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

**Kata Kunci:** Analisis SWOT, Laundry, UMKM, Strategi Bisnis.

### ABSTRACT

*This study aims to analyze and formulate business development strategies for L Laundry, an MSME in Pekanbaru. The method used is descriptive qualitative with a SWOT Analysis approach. Data was collected through in-depth interviews with the owner. The results of the study identify the main Strengths as competitive pricing, strategic location, and business diversification. The main Weaknesses are thin margins, minimal human resources, and traditional marketing. Opportunities lie in digitalization and high service demand, while Threats include intense competition and rising costs. Based on the SWOT matrix, four main strategies (SO, WO, ST, WT) were formulated, focusing on digitalizing operations and marketing, promoting high-value services, and improving HR and financial systems to achieve sustainable growth.*

**Keywords:** SWOT Analysis, Laundry, MSMEs, Business Strategy.

### PENDAHULUAN

Pertumbuhan Industri jasa laundry di Indonesia saat ini tengah berada dalam fase pertumbuhan yang sangat positif dan dinamis, menunjukkan tren yang konsisten dalam beberapa tahun terakhir. Pesatnya perkembangan ini didorong oleh perubahan signifikan dalam gaya hidup masyarakat, khususnya populasi urban yang semakin sibuk dan padat aktivitas. Tuntutan akan kepraktisan dan efisiensi waktu telah menjadikan layanan laundry bukan lagi sekadar pilihan, melainkan bagian dari kebutuhan primer (Santoso et al., 2024). Berdasarkan data industri, nilai pasar usaha laundry di Indonesia pada tahun 2023 diperkirakan telah mencapai angka fantastis Rp 10 triliun, dengan laju pertumbuhan tahunan yang stabil di angka 15 persen, suatu cerminan dari tingginya permintaan pasar terhadap jasa ini (SoftwareSeni, 2023).

Namun, di tengah gairah pertumbuhan pasar, setiap pelaku usaha laundry dihadapkan pada tekanan persaingan yang semakin ketat (Andriani & Syarvina, 2022). Kondisi eksternal ini menuntut pelaku usaha untuk tidak hanya sekadar bertahan, tetapi juga harus mengadopsi teknologi canggih, meningkatkan profesionalisme layanan, dan menerapkan praktik operasional yang berkelanjutan (Walangitan et al., 2023).

Oleh karena itu, keberadaan Analisis SWOT menjadi sangat penting sebagai kerangka kerja strategis. Melalui pendekatan ini, dapat mengidentifikasi secara jelas kekuatan internal yang dimiliki, seperti kualitas pelayanan, keberadaan produk tambahan, dan lokasi yang strategis, sekaligus mengenali kelemahan yang perlu diperbaiki, termasuk keterbatasan sumber daya manusia (SDM) dan modal (Walangitan et al., 2023).

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Konteks Industri Jasa**

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, terbukti dari kontribusinya yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja (Edi Irawan, 2023). Dalam lanskap ekonomi kontemporer, industri jasa, khususnya bisnis laundry, mengalami pertumbuhan eksponensial. Peningkatan ini didorong oleh pergeseran gaya hidup masyarakat urban dan tuntutan kepraktisan yang semakin tinggi, di mana individu dan rumah tangga lebih memilih mendelegasikan pekerjaan mencuci untuk mengalokasikan waktu pada aktivitas lain yang lebih produktif (Sari et al., 2025). Meskipun industri jasa menawarkan potensi keuntungan yang besar, ia juga ditandai oleh tingkat persaingan yang sangat intensif dan fluktuatif (Zain et al., 2024). Kondisi ini menuntut perusahaan untuk lebih adaptif dalam menganalisis strategi yang cocok digunakan agar tetap kompetitif di tengah dinamika pasar.

### **Analisis SWOT sebagai Kerangka Utama Perumusan Strategi**

Dalam ranah manajemen strategis, Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) diakui sebagai kerangka kerja yang paling fundamental dan relevan bagi UMKM untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Ahmadi, 2024; Tarigan et al., 2025). Analisis ini berfungsi sebagai alat diagnostik yang sistematis, membantu manajemen mengevaluasi posisi bisnis secara komprehensif, mengintegrasikan data internal perusahaan dengan dinamika lingkungan eksternal (Wamaer et al., 2022). Dengan demikian, hasil analisis SWOT secara langsung menjadi landasan rasional dalam proses pengambilan keputusan manajerial, terutama dalam merumuskan rencana aksi adaptif dan proaktif (Dewi et al., 2023).

Analisis SWOT membagi evaluasi menjadi dua dimensi utama. Dimensi Internal mencakup faktor-faktor yang berada dalam kontrol penuh manajemen Laundry, yaitu kekuatan (Strength) dan kelemahan (Weakness). Sementara itu, dimensi eksternal terdiri dari peluang (Opportunity) dan ancaman (Threat) yang merupakan variabel tak terkendali di lingkungan pasar. Integrasi mendalam antara keempat elemen ini selanjutnya diolah melalui matriks TOWS untuk menghasilkan pilihan strategi yang konkret.

### **Perumusan Strategi dan Matriks TOWS**

Tahap akhir dari pelaksanaan analisis SWOT adalah translasi temuan-temuan internal dan eksternal ke dalam pilihan strategis yang konkret, yang difasilitasi secara sistematis melalui matriks TOWS (Threats-Opportunities-Weaknesses-Strengths) (Zain et al., 2024). Matriks ini secara esensial berfungsi sebagai jembatan yang mengubah hasil diagnostik menjadi peta jalan operasional, mengombinasikan empat kuadran faktor untuk menghasilkan empat kelompok strategi bersaing yang adaptif (Wamaer et al., 2022).

Pertama, strategi SO (Strength-Opportunity). Strategi SO adalah strategi yang memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk merebut atau memaksimalkan peluang eksternal sehingga mendorong pertumbuhan dan keunggulan kompetitif

(Weihrich et al., 1982). Kedua, strategi ST (Strength-Threat) menggunakan kekuatan (S) yang dimiliki sebagai perisai untuk memitigasi ancaman (T) yang ada, seperti persaingan harga yang ketat dari kompetitor sejenis (Teta, 2025). Ketiga, strategi WO (Weakness-Opportunity). Strategi WO digunakan ketika perusahaan memiliki kelemahan internal tetapi terdapat peluang eksternal yang besar; organisasi harus meningkatkan atau memperbaiki kelemahannya agar dapat memanfaatkan peluang tersebut (Weihrich et al., 1982). Keempat, strategi WT (Weakness-Threat) adalah strategi defensif yang bertujuan meminimalkan kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal; biasanya dilakukan ketika perusahaan berada pada kondisi paling lemah (Weihrich et al., 1982).

Secara keseluruhan, implementasi matriks TOWS memberikan kejelasan tidak hanya bereaksi terhadap kondisi pasar, tetapi juga untuk merancang rencana jangka panjang yang komprehensif guna memastikan keberlanjutan dan profitabilitas di Pekanbaru.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Menurut Sugiyono (2019:18), penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah, di mana peneliti adalah instrumen kunci. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena secara mendalam melalui pengumpulan data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Objek penelitian ini adalah UMKM L Laundry, yaitu sebuah usaha jasa laundry kiloan dengan layanan pencucian pakaian serta perlengkapan rumah tangga yang berlokasi di Jl. Tegal Sari, Umban Sari, kecamatan Rumbai, kota Pekanbaru. Menurut Sugiyono (2014:20), objek penelitian merupakan atribut atau nilai dari orang atau kegiatan tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Pengumpulan data menggunakan hasil wawancara yang dilakukan secara semi terstruktur dengan pemilik L Laundry untuk mengetahui sejarah, strategi usaha, kendala, dan peluang pengembangan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

L Laundry merupakan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang beroperasi di Jalan Tegal Sari, Umban Sari, Kecamatan Rumbai, Kota Pekanbaru. Usaha ini telah beroperasi sejak tahun 2023 dengan fokus layanan jasa laundry kiloan yang menyasar segmen mahasiswa dan pekerja di kawasan tersebut. Dengan mempekerjakan satu orang karyawan dan didukung empat unit mesin cuci serta dua setrika uap, usaha ini mampu menghasilkan pendapatan kotor harian antara Rp 300.000 hingga Rp 500.000. Keunikan usaha ini terletak pada diversifikasi bisnisnya, dimana selain jasa laundry, mereka juga mengelola penjualan bensin eceran dan aneka camilan yang turut berkontribusi terhadap stabilitas arus kas usaha.

Berdasarkan data yang terkumpul melalui wawancara mendalam, dapat diidentifikasi empat aspek fundamental melalui pendekatan SWOT. Berikut analisis SWOT yang didapatkan dari L Laundry:

1. Strength (S), L Laundry memiliki struktur harga yang kompetitif dan beragam, mulai dari cuci lipat Rp 3.500/kg hingga paket khusus bed cover seharga Rp 30.000/set. Lokasinya yang strategis di kawasan padat penduduk dekat sekolah dan permukiman, ditambah dengan diversifikasi usaha, menjadi nilai tambah yang signifikan. Kapasitas produksi yang memadai dan adopsi pembayaran digital QRIS

melengkapi portofolio kekuatan usaha ini.

2. Weakness (W), Margin keuntungan pada layanan dasar relatif tipis dan rentan terhadap peningkatan harga bahan baku. Sistem pencatatan keuangan yang masih manual mengakibatkan rendahnya akurasi data finansial. Masalah sumber daya manusia tampak dari ketergantungan pada satu karyawan dengan disiplin kerja yang rendah dan tingkat pergantian yang tinggi.
3. Opportunity (O), Potensi gaya hidup yang sibuk meningkatkan permintaan jasa laundry, sementara segmen kos-kosan dan keluarga sekitar masih belum tergarap optimal. Peluang digitalisasi sistem manajemen dapat dimanfaatkan untuk pengembangan usaha.
4. Threats (T), adanya persaingan yang ketat dengan banyaknya pesaing langsung di jalan yang sama berpotensi memicu perang harga. Inflasi biaya operasional seperti kenaikan tarif listrik dan harga deterjen harus diperhatikan. Faktor cuaca ekstrem dan munculnya pesaing dengan layanan nilai tambah seperti antar-jemput gratis turut menjadi ancaman serius bagi sustainability usaha.

Tabel 1. Analisis SWOT

|                    |   |
|--------------------|---|
| <b>Strengths</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Harga lebih realistik dan terstruktur, dengan pilihan layanan lengkap (cuci lipat Rp 3.500, cuci setrika Rp 5.000, setrika saja Rp 3.000) serta tidak hanya baju, ada juga layanan cuci bedcover set.</li> <li>- Penetapan harga untuk barang besar seperti bed cover, selimut, dan sprei (Rp 7.000/kg hingga Rp 30.000/set) menunjukkan spesialisasi dan potensi margin yang lebih baik.</li> <li>- Buka selama 14 jam memudahkan pelanggan yang memiliki jadwal padat untuk mengantarkan atau mengambil cucian di luar jam kerja.</li> <li>- Berada di pusat keramaian dekat sekolah dan pemukiman, mudah diakses target pasar.</li> <li>- Memiliki sumber pendapatan tambahan dari penjualan bensin dan cemilan yang stabil.</li> <li>- Didukung 4 mesin cuci dan 2 setrika uap.</li> <li>- Sudah menggunakan QRIS sebagai sistem pembayaran digital</li> </ul> |
| <b>Weakness</b>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tidak adanya layanan antar-jemput membuat jangkauan pasar terbatas hanya pada pelanggan yang melewati atau tinggal di sekitar lokasi</li> <li>- Hanya memiliki satu pegawai dapat menjadi kendala saat sedang ramai, berisiko menurunkan kualitas servis (misalnya, cucian lebih lambat selesai) atau jika pegawai tersebut berhalangan hadir</li> <li>- Ketergantungan pada promosi dari mulut ke mulut saja kurang efektif untuk menjangkau pasar yang lebih luas di era digital.</li> <li>- Harga cuci lipat (Rp 3.500) dan cuci setrika (Rp 5.000) sangat tipis, rentan terhadap kenaikan harga deterjen, listrik, dan air.</li> <li>- Pencatatan manual menyebabkan data keuangan tidak akurat.</li> </ul>  |
| <b>Opportunity</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kecamatan Rumbai merupakan kawasan yang terus berkembang dengan banyak perumahan dan kos-kosan,</li> </ul>   |

|                |  |
|----------------|--|
|                | menciptakan pasar potensial yang besar.  |
|                | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Semakin tingginya aktivitas kerja dan studi masyarakat Pekanbaru meningkatkan ketergantungan pada jasa laundry.</li> <li>- Membuka peluang kerja sama dengan kos-kosan, asrama, atau kantor-kantor kecil di sekitar untuk menjadi mitra laundry tetap.</li> <li>- Penggunaan media sosial (seperti Instagram atau Facebook) dan aplikasi pesan instan untuk promosi, pemesanan, dan pembayaran dapat meningkatkan daya tarik dan efisiensi.</li> <li>- Potensi kerja sama dengan kos-kosan (untuk laundry reguler) dan keluarga (untuk layanan bed cover).</li> </ul> |
| <b>Threats</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Banyaknya usaha laundry di daerah tersebut menuntut L Laundry untuk terus berinovasi agar tidak kalah saing.</li> <li>- Banyak kompetitor yang sudah menawarkan layanan antar-jemput gratis, pemesanan via aplikasi, dan variasi layanan lainnya.</li> <li>- Fluktuasi harga detergen, pewangi, dan listrik dapat memangkas margin keuntungan jika tidak diantisipasi dengan manajemen biaya yang baik.</li> <li>- Konsumen semakin menyukai kemudahan dan kecepatan. Ketidakhadiran L Laundry di platform digital bisa dianggap sebagai ketertinggalan</li> </ul>    |

Sumber: Hasil analisis data oleh penulis (2025)

Tabel 2. Analisis Strategi SWOT

|                        | <b>S (Strength)</b>   | <b>W (Weakness)</b>   |
|------------------------|---|---|
| <b>Internal</b>        |   |   |
| <b>Eksternal</b>       |   |   |
| <b>O (Opportunity)</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Fokus promosi layanan high-value (bed cover, selimut)</li> <li>Buat paket bundling</li> <li>Optimalkan lokasi dengan signage menarik</li> </ul>                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Gunakan aplikasi keuangan digital</li> <li>Investasi mesin pengering tambahan</li> <li>Rekrut khusus untuk layanan antar-jemput</li> </ul> |
| <b>T (Threats)</b>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>Tekankan kualitas &amp; spesialisasi, bukan harga</li> <li>Buat program loyalitas (poin/membership)</li> <li>Manfaatkan diversifikasi usaha untuk stabilitas keuangan</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Buat SOP sederhana untuk konsistensi layanan</li> <li>Cari karyawan cadangan</li> <li>Stock deterjen saat promo</li> </ul>                 |

Sumber: Hasil analisis data oleh penulis (2025)

Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan, L Laundry dapat mengimplementasikan serangkaian strategi terpadu yang saling melengkapi untuk mendorong pertumbuhan usaha secara berkelanjutan. Strategi SO (Strength-Opportunity) dan ST (Strength-Threats) diformulasikan untuk memaksimalkan potensi usaha dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki. Melalui fokus promosi layanan high-value seperti cuci bed cover dan selimut yang memiliki margin lebih tinggi, disertai penyusunan paket bundling seperti dengan harga bundling 30.000 sudah bisa

mendapatkan 5 kg cuci lipat (Rp 3.500/kg) + 1 kali cuci sepatu (normal Rp 15.000) dan pemanfaatan lokasi strategis dengan signage menarik (seperti meletakkan kayu penanda agar yang lewat sudah bisa melihat dari jauhan). Usaha ini dapat meningkatkan pendapatan rata-rata sekaligus menjangkau segmen pasar yang lebih luas. Secara paralel, penekanan pada kualitas dan spesialisasi layanan, terlibat dalam perang harga, akan membangun positioning yang kuat di mata pelanggan. Ditambah dengan program loyalitas yang dirancang khusus serta optimalisasi diversifikasi usaha existing (penjualan bensin dan camilan), strategi ini tidak hanya meningkatkan daya tarik dan retensi pelanggan di tengah persaingan ketat, tetapi juga menciptakan penyanga stabilitas keuangan saat menghadapi fluktuasi pasar.

Di sisi lain, strategi WO (Weakness-Opportunity) dan WT (Weakness-Threats) secara khusus dirancang untuk memperkuat fondasi internal usaha yang selama ini menjadi titik lemah. Digitalisasi sistem keuangan melalui aplikasi akuntansi akan mengatasi masalah ketidakakuratan pencatatan manual, memberikan gambaran real-time tentang kesehatan keuangan sehingga memudahkan pengambilan keputusan. Investasi dalam mesin pengering tambahan dan perekutan karyawan khusus untuk layanan antar-jemput akan mengatasi ketergantungan pada cuaca dan membuka aliran pendapatan baru. Untuk memastikan konsistensi dan ketahanan operasional, penyusunan SOP yang jelas, penyediaan karyawan cadangan, dan manajemen persediaan yang efisien (seperti stock deterjen saat promo) akan meminimalkan dampak dari pergantian karyawan yang cepat dan fluktuasi harga bahan baku. Secara keseluruhan, kombinasi strategi ini memberikan peningkatan bagi pemilik usaha, tidak hanya untuk bertahan dalam persaingan, tetapi juga untuk membangun pondasi yang kokoh guna mewujudkan rencana bertumbuh di masa depan.

## KESIMPULAN

L Laundry adalah UMKM dengan potensi yang baik karena memiliki kekuatan di harga, lokasi strategis, dan diversifikasi usaha. Namun, usaha ini menghadapi kelemahan mendasar dalam hal keterbatasan SDM, sistem keuangan manual, dan teknik pemasaran yang masih konvensional serta kurang terarah. Analisis SWOT yang dilakukan berfungsi untuk mengubah tantangan ini menjadi sebuah peta strategi yang terarah. Hasilnya, analisis ini berhasil merumuskan langkah-langkah konkret yang memadukan kekuatan dan peluang, seperti digitalisasi dan promosi layanan bernilai tinggi, untuk mengatasi kelemahan internal dan mengantisipasi ancaman persaingan. Pada intinya, analisis ini berguna untuk memberikan landasan strategis yang jelas guna meningkatkan daya saing dan menjamin keberlanjutan bisnis L Laundry di pasar yang dinamis.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, M. A. (2024). MANAJEMEN STRATEGI DALAM EVALUASI SWOT UNTUK USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM): LITERATURE REVIEW. Mount Hope Management Internasional Journal, 1–11.
- Andriani, N., & Syarvina, W. (2022). SWOT Analysis on PT. Bank Sumut Syariah Sub-Branch Binjai. Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan, 3(2), 681–686. <https://doi.org/10.53697/emak.v3i2.532>
- Dewi, A. A. K., Samsudin, A., Hidayat, R., Sari, D., Destrina, I., Cornelius, M., Netanya, S. A., & Abir S, S. (2023). Pengaruh Analisis SWOT terhadap Pengambilan Keputusan pada Usaha Laundry di Kalijudan Surabaya. El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam, 4(5), 1263–1274. <https://doi.org/10.47467/elmal.v4i5.2754>
- Edi Irawan. (2023). Literature Review: Literasi Digital, Literasi Ekonomi, Dan Inovasi Bisnis

- Mempengaruhi Manajemen Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil Menengah. EBISMAN EBnis Manajemen, 1(4), 30–41. <https://doi.org/10.59603/ebisman.v1i4.226>
- Santoso, W., Yunitasari, N., & Sulaeman, E. (2024). Analisis Studi Kelayakan Bisnis pada Usaha Laundry. Jurnal Pendidikan Tambusai, 8(02), 29989–29996. <https://jurnal.kalimasadagroup.com/index.php/bisma/article/view/179>
- Sari, I. E., Lisdianti, N., & Astuti, D. (2025). Analisis Kelayakan Bisnis Pada Usaha Laundry Express Antar Jemput. Journal of Business Economics and Management, 01(03), 364–368. <https://jurnal.globalscients.com/index.php/jbem>
- SoftwareSeni. (2023, 13 November). Transformasi bisnis laundry di Indonesia: Laundry management system meningkatkan efisiensi operasional laundry melalui sistem manajemen terintegrasi. <https://www.softwareseni.co.id/blog/transformasi-bisnis-laundry-di-indonesia-laundry-management-system-meningkatkan-efisiensi-operasional-laundry-melalui-sistem-manajemen-terintegrasi>
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tarigan, E., Swantari, A., & Purwanti Dyah Pramanik. (2025). SWOT Analysis of Laundry Business in Jakarta, Indonesia. International Journal of Scientific Research and Management (IJSRM), 13(07), 9353–9359. <https://doi.org/10.18535/ijsrn/v13i07.em07>
- Teta, B. (2025). Analisis SWOT Dalam Menilai Risiko Bisnis Pada Laundry Shassy Tanjungbalai. SKENA BISNIS JURNAL ILMIAH EKONOMI MANAJEMEN BISNIS DAN AKUNTANSI, 2(1), 10–14. [https://ejournal.ibbi.ac.id/index.php/SB/index\\_1](https://ejournal.ibbi.ac.id/index.php/SB/index_1).
- Walangitan, L. L. L., Lusiana, D., Kaligis, S., & Ratag, J. M. (2023). Analisis Swot untuk Menentukan Strategi Bersaing Pada Usaha Bless Laundry Di Perumahan Griya Paniki Indah. Jurnal Akuntansi Vokasi - Polimdo, 7(2), 31–40.
- Wamaer, I. S., Tumbel, A. L., & Soepeno, D. (2022). Penerapan Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran PT. Ivana Papua Cargo Express. Jurnal EMBA, 10(1), 800–808.
- Zain, I., Ricardo, D., Silalahi, N. K., Lee, R., Sabrina, R., & Aprillia, N. D. (2024). Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Daya Saing Bisnis Laundry dengan Pendekatan SWOT (Studi Kasus pada Laundry Kota Pekanbaru). Jurnal BANSI - Jurnal Bisnis Manajemen Akutansi, 4(1), 21–29. <https://doi.org/10.58794/bns.v4i1.890>.