



Perencanaan Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada PT. Fugha Pratama Mandiri Menggunakan Metode SWOT

Mukhlis Fajar¹, Bakhtiar², Defi Irwansyah³

^{1,2,3}Universitas Malikussaleh, Indonesia

email: mukhlisfajar14@gmail.com, bahtiar@unimal.ac.id, defiirwansyah@unimal.ac.id

Article Info

Article history:

Received January 21, 2026

Revised February 09, 2026

Accepted February 10, 2026

Keywords:

Marketing Strategy, Internal and External Factor Analysis, SWOT Analysis, Coconut Fiber.

ABSTRACT

This study aims to formulate an effective marketing strategy to increase sales of cocopeat and cocofiber products at PT. Fugha Pratama Mandiri, a coconut fiber processing company operating in Lhokseumawe City. The method used is a SWOT analysis which includes the identification of internal factors (strengths and weaknesses) and external factors (opportunities and threats) through interviews, questionnaires, and field observations. All factors are then analyzed using the IFAS and EFAS Matrices to obtain the company's weight, rating, and strategic score. The results of the analysis show that the company has a total score that places it in Quadrant III with an X-axis value of -0.31 and a Y-axis of 0.64, which indicates that the company is in a Turn Around Strategy condition, namely a condition where market opportunities are quite large, but the company still faces dominant internal weaknesses. Based on this position, the most relevant strategy is the WO (Weakness-Opportunities) strategy with a focus on utilizing external opportunities to overcome internal weaknesses.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Article Info

Article history:

Received January 21, 2026

Revised February 09, 2026

Accepted February 10, 2026

Keywords:

Strategi Pemasaran, Analisis Faktor Internal & Eksternal, Analisis SWOT, Sabut Kelapa.

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan penjualan produk cocopeat dan cocofiber pada PT. Fugha Pratama Mandiri, sebuah perusahaan pengolahan sabut kelapa yang beroperasi di Kota Lhokseumawe. Metode yang digunakan adalah analisis SWOT yang meliputi identifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman), melalui wawancara, kuesioner dan observasi lapangan. Seluruh faktor tersebut kemudian dianalisis menggunakan Matriks IFAS dan EFAS untuk memperoleh bobot, rating, serta skor strategis perusahaan. Hasil analisis menunjukkan bahwa perusahaan memiliki total skor yang menempatkannya pada Kuadran III dengan nilai sumbu X sebesar -0,31 dan sumbu Y sebesar 0,64, yang mengindikasikan bahwa perusahaan berada dalam kondisi Turn Around Strategy, yaitu kondisi di mana peluang pasar cukup besar, tetapi perusahaan masih menghadapi kelemahan internal yang dominan. Berdasarkan posisi tersebut, strategi yang paling relevan adalah strategi WO (Weakness-Opportunities) dengan fokus pada pemanfaatan peluang eksternal untuk mengatasi kelemahan internal.



Corresponding Author:

Mukhlis Fajar

Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Malikussaleh, Lhokseumawe, Indonesia

Email: mukhlisfajar14@gmail.com

PENDAHULUAN

PT. Fugha Pratama Mandiri merupakan suatu Perusahaan yang bergerak di bidang pengolahan sabut kelapa, Produk yang di hasilkan oleh PT. Fugha dari pengolahan limbah sabut kelapa antara lain serbuk sabut (*Cocopeat*) dan serat sabut (*Cocofiber*) yang dimana, serbuk sabut (*Cocopeat*) dapat di manfaatkan menjadi media tanam organik yang berbahan dasar dari serbuk sabut buah kelapa. Namun, perusahaan masih menghadapi berbagai tantangan dalam menjalankan kegiatan operasional dan pemasaran

Berdasarkan kondisi lapangan, PT. Fugha Pratama Mandiri sebagai salah satu perusahaan pengolahan sabut kelapa di Kota Lhokseumawe masih mengalami fluktuasi penjualan dari tahun ke tahun. Hal ini menunjukkan adanya indikasi masalah dalam strategi pemasaran maupun pengelolaan lingkungan internal perusahaan. Tercatat pada tahun 2024-2025 jumlah penjualan *Cocopeat* di PT. Fugha Pratama Mandiri mengalami penurunan dimana pada bulan Mei-2024 jumlah *cocopeat* terjual 400 Kg dan menurun ke 331 kg pada November - 2024, sedangkan untuk penjualan *Cocofiber* tercatat mengalami kenaikan pada bulan oktober 2024 dengan jumlah yg terjual mencapai 330 Ball dan terjadi lagi penurunan pada Januari 2025 menjadi 243 Ball, Penurunan terus berlangsung hingga bulan april 2025 .

SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*) adalah teknik merencanakan, strategi, dan pengembangan bisnis yang digunakan untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang diperkirakan akan dihadapi oleh perusahaan. (Dewi Agustina et al., 2023).

Faktor-faktor internal adalah kekuatan dan kelemahan perusahaan yang berkaitan dengan sumber daya manusia, keuangan, produksi, perencanaan, dan pemasaran. Faktor-faktor eksternal adalah peluang dan ancaman perusahaan yang berkaitan dengan pemasok, pesaing, dan pelanggan. (Khamaludin et al., 2019).

Berdasarkan tantangan yang dihadapi PT. Fugha Pratama Mandiri, agar perusahaan dapat mengatasi permasalahan tersebut maka diperlukan analisis yang mampu mengidentifikasi secara sistematis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi perusahaan. Analisis SWOT menjadi salah satu metode yang tepat digunakan karena dapat memberikan gambaran menyeluruh mengenai posisi perusahaan serta membantu merumuskan strategi yang sesuai dengan kondisi internal dan eksternal.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah deskriptif kualitatif dan kuantitatif. dengan tujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan mengenai masalah yang ditemui dalam perusahaan melalui wawancara dengan sumber terpercaya Dimana pendekatan kuantitatif digunakan untuk Analisis IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*Eksternal Factor Evaluation*). Sedangkan pendekatan kualitatif digunakan untuk merumuskan Matriks



SWOT menggunakan tabel IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan EFAS (*Eksternal Factor Analysis Summary*).

1. Teknik Pengumpulan Data

Dalam Penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan 3 tahap yaitu wawancara semi-terstruktur untuk mendapatkan informasi mengenai usaha tersebut, observasi dengan terjun secara langsung ke lapangan untuk mengumpulkan data tentang variabel yang berhubungan pada pokok permasalahan. serta melalui kajian pustaka.

2. Metode Analisis Data

Adapun rumus yang digunakan dalam perhitungan pemberian skor, dan perhitungan untuk diagram SWOT sebagai berikut:

- Perhitungan Bobot didapatkan dari total jawaban responden dibagi dengan jumlah External Factor Evaluation (EFE). Total EFE didapatkan dari faktor peluang, ancaman, kelemahan dan kekuatan.

$$\text{Bobot} = \frac{\text{Total Jawaban Responden}}{\text{Total EFE}}$$

- Perhitungan rating didapatkan dari total jumlah jawaban dibagi dengan jumlah responden.

$$\text{Rating} = \frac{\text{Total Jawaban Responden}}{\text{Jumlah Responden}}$$

- Perhitungan skor didapatkan dari bobot item dikalikan dengan rating

$$\text{Skor} = \text{bobot} \times \text{rating}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil dan pembahasan dari data yang telah di analisis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Analisis Lingkungan Internal

Perubahan lingkungan global yang cepat dan kompleks menuntut perusahaan untuk mampu memantau, memahami, dan merespons dinamika tersebut agar tetap kompetitif. Analisis dilakukan sebagai upaya menelusuri faktor internal dan eksternal yang memengaruhi operasi perusahaan hingga akar masalahnya. (Yulianti, 2015).

a. Analisis Kekuatan

Kekuatan merupakan gambaran kemampuan perusahaan saat ini yang dapat memberi keuntungan untuk dapat bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya. Dari hasil wawancara kekuatan Perusahaan:

- Bahan baku melimpah dan mudah di akses
- Kualitas produk yang konsisten sesuai dengan standar pasar
- SDM di bagian proses berpengalaman
- Biaya produksi rendah sehingga harga produk dapat ditekan

b. Analisis Kelemahan

Kelemahan merupakan sebuah rintangan atau kekurangan dalam Perusahaan tersebut yang dapat mempengaruhi kinerja Perusahaan dan bisa mengurangi tingkat keuntungan. Dari hasil wawancara didapat kelemahan Perusahaan adalah sebagai berikut:



- Ketergantungan cuaca untuk proses pengerigan
- Modal terbatas untuk upgrade teknologi
- Perawatan mesin lambat dan suku cadang sulit di dapat
- Manajemen produksi belum efisien
- Pemasaran digital masih lemah

2. Analisis Lingkungan Eksternal

Salah satu pendekatan utama dalam analisis lingkungan eksternal adalah model PESTEL, yang mencakup aspek-aspek berikut: politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan hidup, dan hukum. Model ini membantu dunia usaha menilai bagaimana perubahan kebijakan pemerintah, kondisi ekonomi, tren sosial, kemajuan teknologi, masalah lingkungan, dan peraturan hukum dapat mempengaruhi bisnis mereka. Dengan memahami faktor-faktor ini, bisnis dapat mengidentifikasi peluang dan ancaman yang mungkin timbul dari lingkungan eksternal dan menyesuaikan strateginya secara efektif. (Yulisa et al., 2024).

a. Analisis Peluang

Peluang adalah suatu situasi yang menggambarkan kesempatan yang ada dari sisi luar organisasi tersebut. Adapun peluang dalam PT. Fugha Pratama Mandiri adalah sebagai berikut:

- Pertumbuhan permintaan cocopeat dan cocofiber di pasar lokal dan internasional
- Promosi di E-commerce dan digital marketing untuk memperluas pasar
- Dukungan pemerintah berupa pelatihan, bantuan permodalan, dan fasilitasi ekspor
- Kerja sama dengan petani dan toko pertanian

b. Analisis Ancaman

Ancaman merupakan suatu keadaan yang dapat berpotensi melemahkan perusahaan. Adapun ancaman pada PT Fhuga Pratama Mandiri adalah sebagai berikut:

- Harga bahan baku yang fluktuatif dapat menekan margin keuntungan
- Pesaing baru memicu perang harga
- Produk Substitusi dari bahan lain

3. Analisis Matriks IFE (Internal Factor Evaluation)

Adapun rating yang di dapat pada faktor *Stregnth* (Kekuatan) ialah 4,4 dan bobot faktor 0,118. Sedangkan untuk skor didapat dari rating $\times$ bobot yaitu 0,520. Adapun hasil Skor faktor Internal dapat dilihat pada tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1. Analisis IFE (*Internal Factor Evaluation*)

NO	Faktor Internal	Rata-rata		Skor
		Rating	Bobot	
Stregnth (Kekuatan)				
1	Bahan baku melimpah dan mudah di akses	4,4	0,118	0,520
2	Kualitas produk yang konsisten sesuai dengan standar pasar	3,9	0,105	0,409
3	SDM di bagian proses berpengalaman	3,9	0,105	0,409
4	Biaya produksi rendah sehingga harga produk dapat di tekan	4,0	0,108	0,430
Total Stregnth (Kekuatan)			0,44	1,77
Weakness (Kelemahan)				



1	Ketergantungan cuaca untuk proses pengerigan	4,8	0,129	0,619
2	Modal terbatas untuk upgrade teknologi	4,4	0,118	0,520
3	Perawatan mesin lambat dan suku cadang sulit di dapat	4,0	0,108	0,430
4	Manajemen produksi belum efisien	3,8	0,102	0,388
5	Pemasaran digital masih lemah	4,0	0,108	0,430
Total Weakness (Kelemahan)			0,56	2,39
Total Faktor Internal			1,00	4,16

Dari hasil perhitungan pada tabel diatas, maka diperoleh skor untuk masing- masing faktor yaitu Total skor untuk Strenght (Kekuatan) sebesar 1,77 dan Total skor untuk Weakness (Kelemahan) sebesar 2,39, dengan total skor faktor internal 4,16.

4. Analisis Matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*)

Adapun rating yang di dapat pada faktor *Opportunities* (Peluang) ialah 4,3 dan bobot faktor 0,147. Sedangkan untuk skor didapat dari rating $\times$ bobot yaitu 0,633. Adapun hasil Skor faktor Internal dapat dilihat pada tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2. Analisis EFE (*Eksternal Factor Evaluation*)

No	Opportunities (Peluang)	Rata-rata		Skor
		Rating	Bobot	
Opportunities (Peluang)				
1	Pertumbuhan permintaan cocopeat dan cocofiber di pasar lokal dan internasional	4,3	0,147	0,633
2	Promosi di E-commerce dan digital marketing untuk memperluas pasar	4,8	0,164	0,789
3	Dukungan pemerintah berupa pelatihan, bantuan permodalan, dan fasilitasi ekspor	4,1	0,140	0,576
4	Kerja sama dengan petani dan toko pertanian	4,7	0,161	0,757
Total Opportunities (Peluang)			0,61	2,75
Threats (Ancaman)				
1	Harga bahan baku yang fluktuatif dapat menekan margin keuntungan	3,7	0,127	0,469
2	Pesaing baru memicu perang harga	4,0	0,137	0,548
3	Produk Substitusi dari bahan lain	3,6	0,123	0,444
Total Threats (Ancaman)			0,39	1,46
Total Faktor Eksternal			1,00	4,21

Dari hasil perhitungan pada tabel diatas, maka diperoleh skor untuk masing- masing faktor yaitu Total skor untuk *Opportunities* (Peluang) sebesar 2,75 dan Total skor untuk *Threats* (Ancaman) sebesar 1,46, dengan total skor faktor eksternal 4,21.

5. Diagram Cartesius Analisis SWOT

Diagramn Cartesius dalam Analisis SWOT dilakukan Setelah mengetahui skor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh perusahaan kemudian dapat membuat suatu materi untuk mengetahui posisi perusahaan berada dalam persaingan. Dalam matriks ini dapat dilihat dengan jelas bagaimana peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan yang disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan.



Analisis SWOT ini dapat ditentukan dengan menggunakan rumus vektoral Untuk titik masing-masing faktor sebagai berikut:

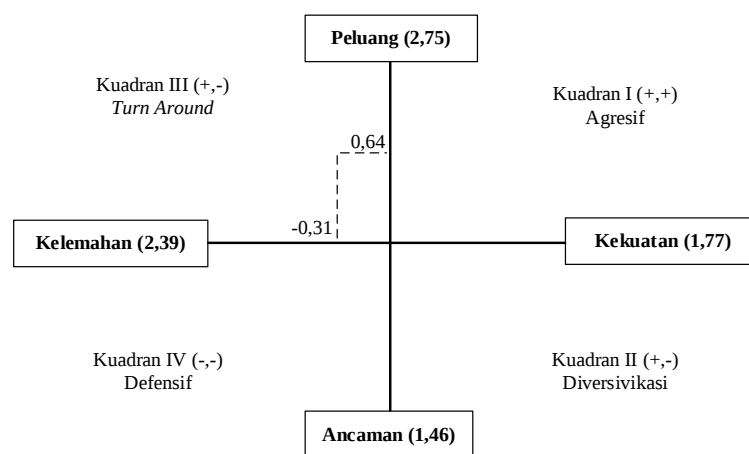
$$X = \frac{\sum S - \sum W}{2}$$

$$X = \frac{1,77 - 2,39}{2} = -0,31$$

$$Y = \frac{\sum O - \sum T}{2}$$

$$Y = \frac{2,75 - 1,46}{2} = 0,64$$

Dapat dilihat letak titik koordinat pada PT. Fugha Pratama Mandiri adalah (-0,31;0,64). Adapun posisi PT. Fugha Pratama Mandiri dalam diagram cartesius dapat dilihat pada gambar 1 sebagai berikut:



Gambar 2. Diagram Cartesius SWOT PT. Fugha Paratama Mandiri

Berdasarkan hasil diagram diatas bahwa posisi PT. Fugha Pratama Mandiri berada di kuadran III (*Turn Around*). Ini merupakan situasi dimana Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak ia juga menghadapi beberapa kendala atau kelemahan internal. Dalam hal ini fokus strategi perusahaan adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan dengan memanfaatkan peluang pasar yang ada. Untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan maka digunakan matriks SWOT yang berada pada posisi *Turn Around* yang berfokus pada memanfaatkan peluang (*Opportunity*) saat ini untuk mengurangi kelemahan (*Weakness*).

6. Matriks SWOT

Salah satu alat yang digunakan untuk mempertimbangkan alternatif strategi bisnis adalah analisis SWOT. Nilai total dari faktor internal dan eksternal dapat digambarkan pada diagram analisis SWOT serta rumus kombinasi matrik SWOT. Rumusan alternatif strategi merupakan alternatif yang digunakan untuk perusahaan yang menjalankan bisnis kedepannya. Berikut ini adalah hasil dari kombinasi matrik yang didapat dari indikator dan dilakukan kombinasi antara faktor internal dan eksternal.(Pasaribu, 2018)

- Strategi SO, Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
- Strategi ST, Strategi ST adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.



- Strategi WO, Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
- Strategi WT, Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

Adapun analisis matriks SWOT untuk merencanakan strategi pada PT. Fugha Pratama Mandiri dapat dilihat pada tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3. Matriks SWOT

IFAS EFAS	Strengths (S) 1. Bahan baku melimpah dan mudah di akses 2. Kualitas produk yang konsisten sesuai dengan standar pasar 3. SDM di bagian proses berpengalaman 4. Biaya produksi rendah sehingga harga produk dapat di tekan	Weakness (W) 1. Ketergantungan cuaca untuk proses pengeringan 2. Modal terbatas untuk upgrade teknologi 3. Perawatan mesin lambat dan suku cadang sulit di dapat 4. Manajemen produksi belum efisien 5. Pemasaran digital masih lemah
	Strategi SO 1. Tingkatkan kapasitas produksi untuk cocopeat dan cocofiber sesuai pertumbuhan permintaan.(S1+O1) 2. Gunakan e-commerce dan digital marketing untuk memasarkan produk dengan menekankan kualitas yang konsisten sesuai standar pasar.(S2+O2) 3. Ikuti pelatihan, program permodalan, dan fasilitasi ekspor dari pemerintah untuk meningkatkan kapasitas produksi dan efisiensi proses.(S3+O3) 4. Bangun kerja sama jangka panjang dengan petani untuk pasokan bahan baku dan dengan toko pertanian untuk distribusi produk. (S1+S4+O4)	Strategi WO 1. Mengikuti program pemerintah untuk pengadaan teknologi pengeringan atau sistem produksi yang lebih stabil (W1+O3) 2. Mengakses hibah, pinjaman lunak, atau kemitraan strategis untuk membeli mesin baru dan meningkatkan kapasitas produksi. (W2+O3). 3. Mengikuti pelatihan teknis untuk SDM, mengimplementasikan sistem manajemen produksi yang lebih efisien, dan menjalin kemitraan untuk penyediaan suku cadang.(W3,W4+O3) 4. Menggunakan platform digital untuk mempromosikan produk secara agresif dengan budget terbatas, termasuk media sosial, marketplace, dan konten edukatif tentang produk. (W5+O2) 5. Membuat perjanjian kemitraan jangka panjang dengan petani dan toko pertanian untuk suplai



		bahan baku dan perluasan distribusi produk (W1,W2+O4)
Threats (T)	Strategi ST	Strategi WT
1. Harga bahan baku yang fluktuatif dapat menekan margin keuntungan 2. Pesaing baru memicu perang harga 3. Produk Substitusi dari bahan lain	1. Optimalkan efisiensi produksi dan kontrol biaya agar margin tetap terjaga meskipun harga bahan baku naik. (S4+T1). 2. Fokus pada diferensiasi produk melalui kualitas dan standar pasar, bukan hanya harga. (S2+T2). 3. SDM yang berpengalaman dapat meningkatkan inovasi produk, diversifikasi produk berbasis sabut kelapa, atau meningkatkan efisiensi produksi untuk bersaing dengan substitusi. (S3+T3). 4. Menjaga kontinuitas pasokan untuk memenuhi permintaan pasar dengan cepat, sehingga perusahaan tetap kompetitif. (S1+T1,T3).	1. Fokus pada stabilitas produksi, efisiensi, dan pasokan bahan baku untuk mengurangi risiko internal dan eksternal terkait harga bahan baku dan cuaca. (W1,W2,W3,W4+T1) 2. Fokus pada pemasaran digital dan diferensiasi produk untuk menghadapi substitusi produk dan persaingan dengan modal terbatas. (W5,W2+T2,T3).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pemetaan SWOT pada diagram Cartesius, perusahaan berada pada Kuadran III, dengan nilai $X = -0,31$ dan $Y = 0,64$ yang mendukung strategi Turn Around, Artinya perusahaan harus fokus pada memanfaatkan peluang eksternal untuk mengatasi kelemahan internal. Maka strategi yang dapat diterapkan pada PT. Fugha Pratama Mandiri Adalah strategi W-O sebagai berikut:

- Mengikuti program pemerintah untuk pengadaan teknologi pengeringan atau sistem produksi yang lebih stabil. Dengan teknologi modern dan pelatihan SDM, perusahaan bisa mengurangi risiko produksi akibat cuaca, memastikan suplai stabil, dan memanfaatkan peluang ekspor maupun pasar lokal.
- Mengakses hibah, pinjaman lunak, atau kemitraan strategis untuk membeli mesin baru dan meningkatkan kapasitas produksi. Modal tambahan memungkinkan perusahaan meningkatkan efisiensi, kualitas, dan volume produksi, sehingga bisa menangkap pertumbuhan permintaan cocopeat dan cocofiber di pasar lokal dan internasional.
- Mengikuti pelatihan teknis untuk SDM, mengimplementasikan sistem manajemen produksi yang lebih efisien, dan menjalin kemitraan untuk penyediaan suku cadang. Perbaikan operasional dan manajemen produksi akan meningkatkan produktivitas, mengurangi downtime mesin, dan menekan biaya produksi.
- Menggunakan platform digital untuk mempromosikan produk secara agresif dengan budget terbatas, termasuk media sosial, marketplace, dan konten edukatif tentang produk. Digital marketing efektif untuk perusahaan dengan keterbatasan modal karena menjangkau pasar luas tanpa investasi jaringan fisik besar, sekaligus



meningkatkan brand awareness dan penjualan.

- Membuat perjanjian kemitraan jangka panjang dengan petani dan toko pertanian untuk suplai bahan baku dan perluasan distribusi produk. Kerja sama ini mengurangi risiko kekurangan bahan baku akibat cuaca dan keterbatasan modal, sekaligus memperluas jaringan distribusi melalui toko pertanian.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi Agustina, S., Intan Putri, A., Amanda, D., Sepitriani, I., Rizki, M., Qurratul Aini, R., Azijah, S., Asi Permani, W., & Rahayu, W. (2023). *Analisis SWOT Studi Kelayakan Bisnis UMKM Pada Usaha Kerupuk Udang Di Kuala Tungkal*. www.ejournal.an-nadwah.ac.id
- Khamaludin, Juhara, S., & Sodikin. (2019). Studi Kelayakan Bisnis Bengkel Bubut Cipta Teknik Mandiri (Studi Kasus di Perumnas Tangerang Banten). *Jurnal Keilmuan Dan Aplikasi Teknik*, Vol. 6, No.1.
- Pasaribu, H. F. (2018). *Penerapan Analisis SWOT Dalam Strategi Pemasaran Pada PT. Arma Anugerah Abadi Medan*.
- Yulianti, D. (2015). *Analisis Lingkungan Internal Dan Eksternal Dalam Pencapaian Tujuan Perusahaan (Studi Kasus Di Pt. Perkebunan Nusantara Vii Lampung)*.
- Yulisa, D., Erdiansyah, I. B., Septiawan, F. D., Sugiri, S. Q., & Budiarti, L. (2024). Analisa Lingkungan Internal dan Eksternal. *COMSERVA : Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 4(6), 1752–1760. <https://doi.org/10.59141/comserva.v4i6.2496>