

	Score: Jurnal Lentera Manajemen Pemasaran Volume 04 No 01 Mei 2026 E-ISSN:2987-7903 https://lenteranusa.id/	
---	--	---

Evaluasi Literasi Analisis SWOT Mahasiswa dalam Penyusunan Proposal Rencana Bisnis

Dina Mariana Uli Lubis^{1*}, Muhammad Asfan²

^{1,2}Politeknik ATK Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia

Email: dina@politeknikatkn.ac.id

Received: 27-06-2026 Revised : 13-07-2026 Accepted : 18-07-2026 Published : 21-07-2026

Abstrak

Pembelajaran kewirausahaan di perguruan tinggi bertujuan membekali mahasiswa dengan kemampuan menyusun rencana bisnis, termasuk melakukan analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman sebagai dasar perumusan strategi usaha. Penelitian ini bertujuan menganalisis pemahaman mahasiswa dalam mengidentifikasi dan mengelompokkan faktor internal serta faktor eksternal pada proposal rencana bisnis yang disusun. Penelitian menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Data diperoleh melalui observasi dokumen terhadap 18 proposal rencana bisnis mahasiswa pada mata kuliah kewirausahaan. Analisis dilakukan dengan menilai ketepatan penempatan pernyataan atau asumsi kondisi ke dalam empat komponen analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat ketepatan penempatan pernyataan pada komponen kekuatan mencapai 94,44%, kelemahan 100%, peluang 94,44%, dan ancaman 83,33%. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa telah memiliki pemahaman yang baik dalam mengidentifikasi faktor internal dan eksternal serta mampu menerapkan analisis tersebut dalam penyusunan proposal rencana bisnis. Meskipun demikian, masih ditemukan beberapa kesalahan dalam membedakan faktor internal dan eksternal, terutama pada komponen ancaman.

Kata kunci: analisis swot, kewirausahaan, mahasiswa, proposal bisnis, rencana bisnis

Abstract

Entrepreneurship education in higher education aims to equip students with the ability to develop business plans, including conducting analyses of strengths, weaknesses, opportunities, and threats as a basis for formulating business strategies. This study aims to examine students' understanding of identifying and classifying internal and external factors in the business plan proposals they develop. The study employed a descriptive method with a quantitative approach. Data were collected through document observation of 18 student business plan proposals prepared in an entrepreneurship course. The analysis focused on assessing the accuracy of classifying statements or situational assumptions into the four components of the analysis. The findings indicate that the accuracy rates for classifying statements were 94.44% for strengths, 100% for weaknesses, 94.44% for opportunities, and 83.33% for threats. These results suggest that students have a good understanding of identifying internal and external factors and are able to apply the analysis appropriately in developing business plan proposals. However, several classification errors were still identified, particularly in distinguishing internal and external factors related to threats.

Keywords: *swot analysis, entrepreneurship, higher education students, business proposal, business plan*

	Score: Jurnal Lentera Manajemen Pemasaran Volume 04 No 01 Mei 2026 E-ISSN:2987-7903 https://lenteranusa.id/	
---	--	---

Pendahuluan

Pendidikan vokasi berperan penting dalam mempersiapkan lulusan agar siap memasuki dunia kerja melalui penguasaan keterampilan teknis dan praktis. Selain itu, pendidikan vokasi juga berkontribusi dalam pengembangan jiwa kewirausahaan mahasiswa, sehingga lulusan tidak hanya menjadi pencari kerja tetapi juga pencipta lapangan kerja. Dalam konteks persaingan ketat di dunia kerja, kewirausahaan menjadi alternatif strategis untuk meningkatkan peluang kerja, menciptakan kemakmuran ekonomi, serta memperbaiki kualitas hidup melalui pembentukan usaha baru (Scarborough & Cornwall, 2016). Kewirausahaan menciptakan peluang dengan melihat dan memanfaatkan sumber daya yang sudah ada, atau baru, maupun dengan mengkombinasikan keduanya dengan cara yang kreatif dan inovatif (Ratten, 2023), sehingga terciptalah nilai tambah yang dapat memenuhi keinginan maupun kebutuhan masyarakat dan diterima oleh pasar.

Proses pembelajaran kewirausahaan perguruan tinggi menekankan penguasaan elemen-elemen perencanaan usaha, salah satunya adalah kemampuan menyusun rencana bisnis dalam bentuk proposal usaha. Rencana usaha ini mencakup identifikasi ide bisnis, sumber daya yang dibutuhkan, serta strategi operasional dan pemasaran yang akan digunakan (Lubis, 2020). Untuk membantu merumuskan strategi usaha, salah satu alat analisis strategi yang umum digunakan adalah analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan alat analisis strategis yang sering digunakan dalam proses perencanaan untuk mengevaluasi kondisi internal dan eksternal suatu organisasi atau usaha (Hill & Westbrook, 1997), yaitu suatu pendekatan yang digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) (Glaister & Falshaw, 1999; Helms & Nixon, 2010; Valentin, 2001; Benzaghta et al., 2021) yang masing-masing komponen memberikan informasi penting terkait kondisi strategis unit usaha yang dianalisis (Taherdoost & Madanchian, 2021).

Perencanaan strategis merupakan bagian integral dari manajemen strategis yang membantu organisasi dalam mengalokasikan sumber daya secara efektif untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Gurel & Tat, 2017). Dalam konteks ini, analisis SWOT menjadi instrumen fundamental untuk menilai posisi organisasi di lingkungan internal dan eksternal sehingga strategi yang disusun dapat mengoptimalkan keunggulan dan mengantisipasi tantangan lingkungan (Barja, 2024; Irawan, 2024). Selain itu penggunaan analisis SWOT juga berfungsi sebagai panduan dalam mengambil keputusan strategis (Ramsudeen, 2025) yang meningkatkan daya saing usaha (Widyaningrum et al., 2024). Dalam kajian teoretis, faktor internal yang dianalisis melalui SWOT mencakup kekuatan dan kelemahan yang bersumber dari daya dan kapabilitas organisasi, sedangkan faktor eksternal mencakup peluang dan ancaman yang berasal dari lingkungan pasar dan industri (Gurel & Tat, 2017).

Penelitian yang dilakukan oleh (Aprilia et al., 2020) menemukan hasil bahwa sebanyak 80% mahasiswa kesulitan memunculkan ide sehingga mereka kesulitan untuk menuliskan keseluruhan pemikiran mereka karena kurangnya kepercayaan diri. Hal tersebut dimungkinkan juga berlaku bagi mahasiswa yang mempraktikkan penyusunan analisis SWOT dalam proposal bisnis, dimana mereka belum familiar dengan bisnis jadi mereka belum paham dalam melakukan analisis SWOT dari usulan rencana bisnis mereka sendiri. bisnis, tetapi juga pada kemampuan mengklasifikasikan setiap komponen SWOT secara tepat. Padahal, kesalahan dalam mengidentifikasi atau mengklasifikasikan faktor internal dan eksternal dapat menghasilkan strategi bisnis yang kurang akurat, sehingga berpotensi memengaruhi kualitas perencanaan usaha dan pengambilan keputusan yang dilakukan mahasiswa. Oleh karena itu,

	Score: Jurnal Lentera Manajemen Pemasaran Volume 04 No 01 Mei 2026 E-ISSN:2987-7903 https://lenteranusa.id/	
---	--	---

pemahaman yang tepat mengenai klasifikasi SWOT menjadi aspek penting yang perlu dikaji dalam pembelajaran kewirausahaan.

Meskipun analisis SWOT sering diajarkan dalam pembelajaran kewirausahaan, masih sedikit penelitian yang membahas secara khusus mengenai sejauh mana pemahaman mahasiswa mengenai analisis SWOT dalam prakteknya dan mampu menerapkan analisis tersebut dalam rencana bisnis mereka dengan menyajikan setiap komponen SWOT dengan tepat pada tempatnya. Penelitian ini bertujuan untuk menilai pemahaman mahasiswa terhadap analisis SWOT dalam perencanaan ide bisnis yang mereka kembangkan. Selain memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian mengenai pembelajaran kewirausahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan praktis bagi dosen kewirausahaan dalam merancang strategi pembelajaran analisis SWOT yang lebih aplikatif, kontekstual, dan mampu meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam menyusun strategi bisnis berdasarkan klasifikasi SWOT yang tepat.

Metode

Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kuantitatif deskriptif bertujuan menggambarkan karakteristik suatu fenomena secara sistematis melalui data yang dapat diukur tanpa melakukan manipulasi terhadap variabel penelitian (Creswell & Creswell, 2018). Selain itu, pendekatan ini juga menekankan pada penyajian data secara objektif untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai kondisi yang diteliti (Sugiyono, 2022). Penelitian ini menggunakan data yang bersumber dari dokumen proposal rencana bisnis mahasiswa yang mengambil mata kuliah kewirausahaan, khususnya pada bagian analisis SWOT, dengan jumlah sebanyak 18 proposal. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah total sampling, yaitu seluruh proposal rencana bisnis yang dihasilkan oleh mahasiswa dalam satu kelas pada mata kuliah kewirausahaan dijadikan sebagai sumber data penelitian. Teknik ini dipilih karena jumlah dokumen relatif terbatas dan seluruh proposal memenuhi kriteria penelitian, yaitu memuat analisis SWOT sebagai bagian dari penyusunan rencana bisnis.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi dokumen, yaitu teknik yang memanfaatkan dokumen sebagai sumber data utama untuk memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan penelitian (Bowen, 2009). Prosedur analisis dilakukan secara bertahap, yaitu: (1) mengumpulkan seluruh proposal rencana bisnis mahasiswa, (2) mengidentifikasi setiap pernyataan yang termasuk ke dalam komponen Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats, (3) mengelompokkan setiap pernyataan berdasarkan kategori SWOT yang dipilih mahasiswa, (4) menilai kesesuaian klasifikasi setiap pernyataan berdasarkan konsep SWOT yang berlaku dalam literatur, (5) menghitung jumlah dan persentase pernyataan yang sesuai maupun kurang sesuai pada masing-masing komponen SWOT, dan (6) menginterpretasikan hasil untuk menggambarkan tingkat pemahaman mahasiswa terhadap penerapan analisis SWOT. Analisis dilakukan dengan mengevaluasi kemampuan mahasiswa dalam mengidentifikasi dan mengklasifikasikan faktor Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats secara tepat berdasarkan ketepatan penempatan setiap pernyataan ke dalam komponen SWOT yang sesuai. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memperoleh gambaran objektif mengenai tingkat pemahaman mahasiswa terhadap penerapan analisis SWOT dalam penyusunan proposal rencana bisnis (Cohen et al., 2018).

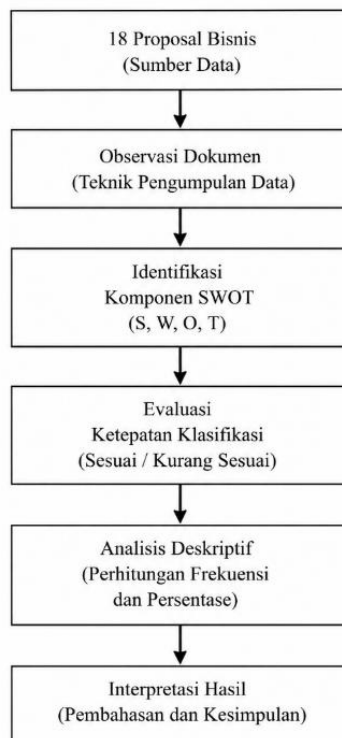
Penilaian terhadap hasil analisis SWOT mahasiswa dilakukan menggunakan rubrik penilaian yang berfokus pada ketepatan klasifikasi setiap pernyataan ke dalam komponen

SWOT. Setiap pernyataan dievaluasi berdasarkan kesesuaiannya dengan definisi konseptual Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats sebagaimana dijelaskan dalam literatur manajemen strategis (Gürel & Tat, 2017; Benzaghta et al., 2021). Pernyataan yang ditempatkan pada komponen yang sesuai diberi kategori "Sesuai", sedangkan pernyataan yang tidak sesuai dengan karakteristik komponen SWOT diberi kategori "Kurang Sesuai". Hasil penilaian kemudian direkapitulasi dalam bentuk frekuensi dan persentase untuk setiap komponen SWOT.

Tabel 1. Distribusi Proposal Berdasarkan Kategori Model Bisnis

Aspek yang Dinilai	Indikator	Kategori
Strengths	Pernyataan menggambarkan kekuatan atau keunggulan internal usaha	Sesuai / Kurang Sesuai
Weaknesses	Pernyataan menggambarkan kelemahan atau keterbatasan internal usaha	Sesuai / Kurang Sesuai
Opportunities	Pernyataan menggambarkan peluang yang berasal dari lingkungan eksternal	Sesuai / Kurang Sesuai
Threats	Pernyataan menggambarkan ancaman yang berasal dari lingkungan eksternal	Sesuai / Kurang Sesuai

Sumber: Hasil olah peneliti.



Gambar 1. Alur Penelitian

Hasil dan Pembahasan

Karakteristik Proposal Rencana Bisnis

Sebanyak 18 proposal rencana bisnis mahasiswa dianalisis untuk mengevaluasi pemahaman mahasiswa dalam mengidentifikasi dan mengklasifikasikan faktor internal (Strengths dan Weaknesses) serta faktor eksternal (Opportunities dan Threats) pada analisis SWOT. Proposal yang dianalisis memiliki tema usaha yang beragam, namun secara umum bergerak pada bidang produk kulit dan turunannya, baik yang dipasarkan secara langsung maupun melalui platform digital.

Tabel 1. Distribusi Proposal Berdasarkan Kategori Model Bisnis

Kategori Model Bisnis	Jumlah Proposal	Persentase
Manufaktur fashion dan kerajinan	13	72,22%
Digital (marketplace/platform)	2	11,11%
Jasa dan lainnya	3	16,67%
Total	18	100%

Sumber: Hasil olah peneliti.

Tabel 1 menunjukkan bahwa sebagian besar proposal bisnis mahasiswa berada pada kategori manufaktur fashion dan kerajinan (72,22%). Sementara itu, proposal yang bergerak pada bidang digital dan jasa memiliki proporsi yang lebih kecil, masing-masing sebesar 11,11% dan 16,67%. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung mengembangkan ide bisnis yang sesuai dengan karakteristik pendidikan vokasi yang berorientasi pada pengembangan produk. Dominasi proposal pada kategori manufaktur fashion dan kerajinan mencerminkan karakteristik pendidikan vokasi yang berorientasi pada penguasaan keterampilan praktis, proses produksi, dan penciptaan produk bernilai ekonomi. Dalam penelitian ini, sebagian besar mahasiswa mengembangkan proposal berbasis produk kulit karena sesuai dengan kompetensi yang diperoleh selama perkuliahan, mulai dari desain, produksi, hingga pemasaran. Kondisi ini menunjukkan bahwa pembelajaran kewirausahaan di pendidikan vokasi mendorong mahasiswa mengembangkan ide bisnis yang selaras dengan kompetensi teknisnya, sehingga produk kulit dipandang sebagai peluang usaha yang realistis dan berpotensi dikembangkan secara mandiri setelah lulus.

Evaluasi Pemahaman Mahasiswa terhadap Analisis SWOT

Strengths

Sebanyak 17 dari 18 proposal telah menempatkan pernyataan pada komponen Strengths secara tepat. Hanya satu proposal pada kategori digital yang mengelompokkan pernyataan "belum banyak UMKM sadar digital" sebagai kekuatan. Pernyataan tersebut lebih tepat dikategorikan sebagai Opportunity karena mencerminkan kondisi eksternal yang dapat dimanfaatkan perusahaan untuk memperluas pasar melalui kemitraan dengan pelaku UMKM.

Weaknesses

Seluruh proposal (100%) telah mengidentifikasi komponen Weaknesses secara tepat. Mahasiswa mampu mengenali berbagai keterbatasan internal, seperti sumber daya, kemampuan operasional, kapasitas produksi, maupun keterbatasan pengelolaan usaha yang berpotensi

menghambat perkembangan bisnis. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa mampu membedakan kelemahan sebagai faktor internal organisasi. Mereka juga memahami bahwa aset internal, seperti merek (brand), merupakan sumber daya strategis, bukan peluang eksternal. Oleh karena itu, identifikasi aset internal menjadi penting dalam penyusunan strategi bisnis karena mendukung penciptaan nilai dan keunggulan kompetitif.

Opportunities

Sebanyak 17 proposal telah mengidentifikasi peluang secara tepat. Namun, satu proposal masih menempatkan pernyataan "memiliki brand sendiri" sebagai peluang. Pernyataan tersebut sesungguhnya merupakan kekuatan internal karena kepemilikan merek menjadi identitas usaha yang dapat meningkatkan daya saing produk di pasar. Brand merupakan aset tidak berwujud (intangible asset) yang dimiliki perusahaan dan termasuk faktor internal karena dapat membangun kepercayaan konsumen, memperkuat diferensiasi produk, serta menjadi sumber keunggulan kompetitif dalam menghadapi persaingan pasar.

Threats

Komponen Threats merupakan bagian yang paling banyak mengalami kesalahan klasifikasi. Sebanyak tiga proposal masih mengategorikan kebutuhan modal yang besar, keterbatasan modal, dan kemampuan pengelolaan keuangan sebagai ancaman. Ketiga aspek tersebut seharusnya termasuk kelemahan internal (Weaknesses) karena berasal dari kondisi internal perusahaan, bukan dari lingkungan eksternal.

Tabel 2. Hasil Evaluasi Ketepatan Penempatan Komponen SWOT

Komponen SWOT	Sesuai (n)	Sesuai (%)	Kurang Sesuai (n)	Kurang Sesuai (%)
Strengths	17	94,44	1	5,56
Weaknesses	18	100,00	0	0,00
Opportunities	17	94,44	1	5,56
Threats	15	83,33	3	16,67

Sumber: Hasil olah peneliti

Berdasarkan Tabel 2, komponen Weaknesses menunjukkan tingkat ketepatan tertinggi dengan persentase 100%. Sementara itu, komponen Strengths dan Opportunities masing-masing memiliki tingkat ketepatan sebesar 94,44%. Komponen Threats menjadi aspek yang paling banyak mengalami kesalahan klasifikasi dengan tingkat ketepatan sebesar 83,33%. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa telah memahami konsep dasar analisis SWOT, namun masih mengalami kesulitan dalam membedakan antara faktor internal dan faktor eksternal, khususnya ketika mengidentifikasi ancaman bisnis.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa secara umum telah memiliki pemahaman yang baik mengenai konsep analisis SWOT. Tingginya tingkat ketepatan pada komponen Strengths, Weaknesses, dan Opportunities menunjukkan bahwa mahasiswa mampu mengidentifikasi sumber daya internal maupun peluang eksternal yang relevan dengan ide bisnis yang dikembangkan. Temuan ini sejalan dengan pandangan Gurel & Tat (2017) yang menyatakan bahwa efektivitas analisis SWOT bergantung pada kemampuan membedakan faktor internal organisasi dengan kondisi eksternal yang memengaruhi strategi bisnis.

	Score: Jurnal Lentera Manajemen Pemasaran Volume 04 No 01 Mei 2026 E-ISSN:2987-7903 https://lenteranusa.id/	
---	--	---

Kesalahan yang masih ditemukan terutama pada komponen Threats menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung menganggap seluruh hambatan bisnis sebagai ancaman, meskipun beberapa di antaranya sebenarnya berasal dari kelemahan internal perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa masih kesulitan membedakan sumber penyebab permasalahan bisnis. Keterbatasan modal, kapasitas produksi, dan kemampuan manajerial kerap diklasifikasikan sebagai ancaman, padahal termasuk faktor internal. Dalam analisis SWOT, ancaman berasal dari faktor eksternal, seperti persaingan, perubahan pasar, regulasi, atau perilaku konsumen. Kesalahan ini menunjukkan bahwa mahasiswa lebih berfokus pada dampak masalah daripada asal faktor penyebabnya. Temuan ini mengindikasikan bahwa mahasiswa masih memerlukan pemahaman yang lebih mendalam mengenai karakteristik masing-masing komponen SWOT. Menurut Taherdoost & Madanchian (2021), identifikasi yang kurang tepat terhadap faktor internal dan eksternal dapat menyebabkan perumusan strategi bisnis menjadi kurang efektif karena strategi yang disusun tidak didasarkan pada kondisi organisasi yang sebenarnya.

Hasil penelitian ini juga mendukung temuan Aprilia et al, (2020) yang menunjukkan bahwa mahasiswa masih mengalami kesulitan dalam mengembangkan dan menuangkan ide bisnis secara sistematis. Dalam konteks penelitian ini, kesulitan tersebut tercermin dari masih adanya kesalahan dalam mengklasifikasikan beberapa kondisi bisnis ke dalam komponen SWOT yang tepat. Dengan demikian, pembelajaran kewirausahaan tidak hanya perlu menekankan pemahaman konseptual mengenai analisis SWOT, tetapi juga memberikan latihan berbasis studi kasus sehingga mahasiswa terbiasa membedakan faktor internal dan eksternal dalam berbagai konteks bisnis.

Perbandingan antar komponen SWOT menunjukkan adanya perbedaan tingkat pemahaman mahasiswa. Komponen Weaknesses memiliki tingkat ketepatan tertinggi (100%), sedangkan Threats terendah (83,33%). Hasil ini menunjukkan bahwa mahasiswa lebih mudah mengidentifikasi faktor internal yang berkaitan dengan sumber daya dan kemampuan usaha dibandingkan faktor eksternal yang lebih dinamis, seperti persaingan, perubahan pasar, teknologi, dan kebijakan. Akibatnya, mahasiswa masih kerap keliru membedakan ancaman dengan kelemahan internal, sehingga pemahaman terhadap faktor internal terlihat lebih baik daripada faktor eksternal dalam analisis SWOT.

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan masukan bagi dosen pengampu mata kuliah kewirausahaan untuk memperkuat pembelajaran mengenai analisis situasi bisnis melalui latihan klasifikasi kasus dan diskusi kelompok. Pendekatan tersebut diharapkan dapat meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam menerapkan analisis SWOT secara lebih akurat ketika menyusun proposal rencana bisnis maupun ketika melakukan perencanaan usaha di dunia kerja

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa secara umum telah memiliki pemahaman yang baik dalam mengidentifikasi dan mengklasifikasikan komponen analisis SWOT pada proposal rencana bisnis. Pemahaman mahasiswa lebih kuat dalam mengidentifikasi faktor internal dibandingkan faktor eksternal, terutama dalam membedakan kelemahan (Weaknesses) dan ancaman (Threats). Temuan ini menunjukkan bahwa pembelajaran analisis SWOT tidak cukup berfokus pada pemahaman konsep, tetapi juga perlu menekankan kemampuan mahasiswa dalam membedakan karakteristik faktor internal dan eksternal melalui latihan berbasis studi kasus atau analisis proposal bisnis. Dengan demikian, penelitian ini memberikan

	Score: Jurnal Lentera Manajemen Pemasaran Volume 04 No 01 Mei 2026 E-ISSN:2987-7903 https://lenteranusa.id/	
---	--	---

kontribusi praktis bagi pembelajaran kewirausahaan, khususnya sebagai masukan bagi dosen dalam merancang pembelajaran analisis SWOT yang lebih aplikatif sehingga mampu meningkatkan kualitas penyusunan rencana bisnis mahasiswa.

Penelitian ini masih terbatas pada evaluasi ketepatan klasifikasi komponen SWOT dalam proposal rencana bisnis mahasiswa. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji bagaimana hasil analisis SWOT tersebut dikembangkan menjadi formulasi strategi melalui matriks TOWS, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai kemampuan mahasiswa dalam menyusun strategi bisnis.

Daftar Pustaka

- Aprilia, B., AP, D. R., Widyaningsih, L., & Apritanti, C. (2020). Analisis Kesulitan Mahasiswa dalam Mengembangkan Ide pada Basic Writing. *Jurnal Penelitian Pendidikan*.
- Barja, R. (2024). SWOT Analysis in Preparing Company Strategic Plans. *Siber Journal of Transportation and Logistics*.
- Benzaghta, M. A., Elwalda, A., Mousa, M. M., Erkan, I., & Rahman, M. (2021). SWOT Analysis Applications: An Integrative Literature Review. *Journal of Global Business Insights*, 6(1), 55–73. <https://doi.org/10.5038/2640-6489.6.1.1148>
- Bowen, G. A. (2009). Document Analysis as a Qualitative Research Method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27–40. <https://doi.org/10.3316/QRJ0902027>
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2018). *Research Methods in Education* (8th ed.). Routledge.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Glaister, K. W., & Falshaw, J. R. (1999). Strategic Planning: Still Going Strong? *Long Range Planning*. [https://doi.org/10.1016/S0024-6301\(98\)00131-9](https://doi.org/10.1016/S0024-6301(98)00131-9)
- Gurel, E., & Tat, M. (2017). SWOT Analysis: A Theoretical Review. *The Journal of International Social Research*, 10(51), 994–1006. <https://doi.org/10.17719/jisr.2017.1832>
- Helms, M. M., & Nixon, J. (2010). Exploring SWOT Analysis: Where Are We Now? A Review of Academic Research from the Last Decade. *Journal of Strategy and Management*, 3(3), 215–251. <https://doi.org/10.1108/17554251011064837>
- Hill, T., & Westbrook, R. (1997). SWOT Analysis: It's Time for a Product Recall. *Long Range Planning*, 30(1), 46–52. [https://doi.org/10.1016/S0024-6301\(96\)00095-7](https://doi.org/10.1016/S0024-6301(96)00095-7)
- Irawan, C. R. (2024). SWOT Analysis as a Company Strategy for Business Competition. *Siber Journal of Transportation and Logistics*.
- Lubis, D. M. (2020). Pemahaman Mahasiswa terhadap Ide Bisnis dan Konsep Keuangan dalam Pembelajaran Kewirausahaan. *Berkala Penelitian Teknologi Kulit, Sepatu, Dan Produk Kulit*.
- Ramsudeen, R. (2025). A Theoretical, Diagnostic Review of SWOT, PESTLE, Porter's Five Forces Models as Strategic Analytical Planning Tools for the Business Environment. *Texila International Journal of Management*.
- Ratten, V. (2023). Entrepreneurship: Definitions, Opportunities, Challenges, and Future Directions. *Global Business and Organizational Excellence*, 42(5), 79–90. <https://doi.org/10.1002/joe.22196>
- Scarborough, N. M., & Cornwall, J. R. (2016). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. Pearson Education.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.

	Score: Jurnal Lentera Manajemen Pemasaran Volume 04 No 01 Mei 2026 E-ISSN:2987-7903 https://lenteranusa.id/	
---	---	---

- Taherdoost, H., & Madanchian, M. (2021). Determination of Business Strategies Using SWOT Analysis: Planning and Managing Organizational Resources to Enhance Growth and Profitability. *Macro Management and Public Policies*, 3(1), 19–22. <https://doi.org/10.30564/mmpp.v3i1.2748>
- Valentin, E. K. (2001). SWOT Analysis from a Resource-Based View. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 9(2), 54–68. <https://doi.org/10.1080/10696679.2001.11501891>
- Widyaningrum, A. A., Andini, D. F., Wulandari, D. P., Alifah, J. N., Prastiwi, L., & Azizah, R. N. (2024). Analisis SWOT sebagai Alat Pengambilan Keputusan Bisnis di Era Digital dan Globalisasi. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan Dan Teknologi*.