



PERBAIKAN LAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN DENGAN PENDEKATAN SWOT DI SHOPEE EXPRESS BALONGBENDO HUB

Aldi Alif Putra¹⁾, Prihono²⁾

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Dosen Fakultas Teknik, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

E-mail: aldialifputra12@gmail.com¹⁾, Prihono@unipasby.ac.id²⁾,

ABSTRAK

Kualitas layanan dan kepuasan pelanggan merupakan aspek penting dalam menjaga keberlangsungan bisnis, terutama dalam era bisnis online yang semakin berkembang pesat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan meningkatkan kualitas layanan serta kepuasan pelanggan di Shopee Express Balongbendo Hub dengan pendekatan SWOT. Melalui metode pengumpulan data seperti kuesioner, observasi, dan wawancara, penelitian ini mengeksplorasi faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi layanan dan kepuasan pelanggan. Dengan menggunakan analisis SWOT, penelitian ini memberikan gambaran yang komprehensif tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh Shopee Express Balongbendo Hub. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis untuk perbaikan layanan dan peningkatan kepuasan pelanggan, sehingga dapat meningkatkan daya saing perusahaan dalam industri e-commerce.

Kata kunci: *Kualitas Layanan , Kepuasan Pelanggan, SWOT*

ABSTRACT (11pt Times New Roman Bold Italic)

Service quality and customer satisfaction are important aspects in maintaining business continuity, especially in the era of online business that is growing rapidly. This research aims to analyze and improve the quality of service and customer satisfaction at Shopee Express Balongbendo Hub with a SWOT approach. Through data collection methods such as questionnaires, observations, and interviews, this study explores internal and external factors that affect customer service and satisfaction. Using a SWOT analysis, this study provides a comprehensive overview of the strengths, weaknesses, opportunities, and threats faced by Shopee Express Balongbendo Hub. The results of the research are expected to provide strategic recommendations for service improvement and increased customer satisfaction, so as to increase the company's competitiveness in the e-commerce industry.

Keywords: Customer Satisfaction, Quality of Service, SWOT

1. PENDAHULUAN

Dalam era digital yang terus berkembang, industri *e-commerce* telah menjadi salah satu sektor bisnis yang paling dinamis dan kompetitif (Astuti & Ratnawati, 2020). Dalam persaingan yang semakin ketat, menjaga kualitas layanan dan memastikan kepuasan pelanggan menjadi

kunci utama dalam memenangkan hati konsumen dan mempertahankan pangsa pasar. *Shopee Express* Balongbendo Hub, sebagai salah satu entitas penting dalam ekosistem *e-commerce*, harus terus berinovasi dan



meningkatkan layanan demi memenuhi ekspektasi pelanggan yang semakin tinggi.

Dalam konteks ini, analisis SWOT menjadi alat yang sangat berguna dalam mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja perusahaan (Aziez Herdian et al., 2022). Dengan memahami kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal, perusahaan dapat merumuskan strategi yang tepat untuk mengoptimalkan kinerja operasional dan meningkatkan kepuasan pelanggan (Elyarni, 2016).

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis mendalam terhadap perbaikan layanan dan kepuasan pelanggan di *Shopee Express* Balongbendo Hub dengan pendekatan SWOT. Melalui metode pengumpulan data yang komprehensif dan analisis yang teliti, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi manajemen perusahaan dalam mengidentifikasi area-area perbaikan yang diperlukan dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan manfaat praktis bagi *Shopee Express* Balongbendo Hub dalam meningkatkan daya saingnya di pasar *e-commerce*, tetapi juga dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi literatur manajemen mengenai strategi perbaikan layanan dan kepuasan pelanggan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Dalam konteks bisnis modern, kualitas layanan dan kepuasan pelanggan memainkan peran kunci dalam kesuksesan perusahaan, terutama di sektor *e-commerce* yang terus berkembang pesat.

Kualitas pelayanan sendiri dapat diartikan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan dan juga keinginan dari konsumen sehingga sesuai ataupun melebihi dari harapan konsumen (Madiawati, 2018). Agar dapat tercipta kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan yang dimiliki

harus bersifat universal atau sama di manapun lokasi tempat suatu usaha dilakukan. Secara sederhana kualitas itu sendiri dapat diartikan sebagai sebuah produk/bara/jasa yang bebas dari cacat atau kekurangan (Fanani et al., 2020).

Kualitas layanan dapat dikatakan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaiannya untuk mengembangkan harapan konsumen (Fortuna et al., 2020).

Berbagai penelitian telah dilakukan untuk menggali hubungan antara kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan strategi pengembangan bisnis.

Lestari (2019) melakukan analisis tingkat kepuasan pelanggan di Pasar Sore Purijaya Tangerang dengan metode SWOT, sementara Lubis (2020) mengkaji kepuasan pelanggan dengan metode Servqual dan pendekatan *Structural Equation Modelling* (SEM) pada perusahaan jasa pengiriman barang di wilayah Kota Pekanbaru. Martua (2018) meneliti pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan yang berdampak pada loyalitas pelanggan jasa pengiriman Ab Cargo.

Mukhtar (2023) mengusulkan strategi pengembangan usaha krupuk ikan Tenggiri Bapak Hari dengan metode SWOT di Kelurahan Pulorejo Prajurit Kulon Kecamatan Mojokerto. Nugroho (2018) memfokuskan pada pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan jasa pengiriman Lazada Express saat Harbolnas di *e-commerce*. Sementara itu, Nugroho (2020) melakukan analisis kepuasan pelanggan menggunakan metode Servqual dan merancang strategi pemasaran dengan metode SWOT pada restoran XYZ.

Nurhalimah SITI (2018) menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel garasi di Ungaran. Dari berbagai penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan dan kepuasan pelanggan memiliki dampak yang signifikan terhadap loyalitas



pelanggan dan kesuksesan bisnis secara keseluruhan.

Dengan demikian, melalui tinjauan pustaka yang komprehensif ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang berharga bagi pemahaman teoritis dan praktis mengenai strategi perbaikan layanan dan kepuasan pelanggan di industri e-commerce, khususnya pada kasus Shopee Express Balongbendo Hub.

2.1 Kualitas Layanan

Kualitas pelayanan sendiri dapat diartikan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan dan juga keinginan dari konsumen sehingga sesuai ataupun melebihi dari harapan konsumen (Lestari, 2019). Agar dapat tercipta kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan yang dimiliki harus bersifat universal atau sama di manapun lokasi tempat suatu usaha dilakukan. Secara sederhana kualitas itu sendiri dapat diartikan sebagai sebuah produk bara/jasa yang bebas dari cacat atau kekurangan (Subarka & Susanti, 2019).

Kualitas adalah salah satu dari penampilan produk atau kinerja yang merupakan strategi utama dalam perusahaan untuk meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun strategi perusahaan untuk terus tumbuh. Pelayanan adalah suatu kegiatan atau usaha seseorang maupun kelompok untuk memenuhi kebutuhan seseorang (Aziez Herdian et al., 2022).

Karakteristik yang di perlukan dalam kualitas pelayanan adalah *Intagibility (Tidak Berwujud)*, *Unstorability*, *Customization*.

Adapun ketidak sesuaian antara harapan atau keinginan konsumen dengan harapan mereka. terdapat lima unsur yang menentukan kualitas jasa, yaitu: *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* (Kurnianingsih, 2023).

Kualitas layanan dapat dikatakan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaiannya untuk mengembangi harapan konsumen.

Tjiptono menyatakan harapan konsumen merupakan keyakinan konsumen sebelum mencoba atau membeli suatu produk, yang dijadikan acuan dalam menilai kinerja produk tersebut.

Tjiptono menyatakan bahwa ada tiga kriteria pokok dalam menilai kualitas jasa atau produk adalah *outcome-related*, *process-related*, dan *image-related* (Hasan, 2021).

2.2 Kepuasan Pelanggan

Kata kepuasan atau *statisfaction* berasal dari bahasa latin statis yang berarti cukup baik dan memadai dan faction yang berarti melakukan sehingga dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu hal (Sasmita et al., 2021). Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karen membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi pelanggan (Sakinah, 2019). Kepuasan pelanggan adalah ukuran spesifik untuk setiap transaksi, situasi atau interaksi (*ecounter*) yang bersifat jangka pendek.

Kepuasan pelanggan yang tinggi dapat menghasilkan berbagai dampak positif, seperti peningkatan kesetiaan pelanggan, penurunan biaya transaksi di masa depan, dan peningkatan reputasi perusahaan (Lubis et al., 2020).

Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam penyediaan yang lebih baik. Pengukuran kepuasan pelanggan untuk mengetahui faktor-faktor yang membuat pelanggan tidak puas, sehingga dapat diperbaiki dan pelanggan tidak kecewa (Koesdijati & Abdurrazaq, 2023).

Setelah kepuasan terbentuk maka perusahaan harus bisa mempertahankannya sampai bisa membawa konsumen pada tingkat loyalitas. Kepuasan harus diingatkan menjadi tahap sangat puas (Martua & Djati, 2018).

Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan meliputi: Produk, Harga, Promosi, Lokasi, Pelayanan Karyawan, Fasilitas, Suasana.



2.3 SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*) (Lestari, 2019). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Perencana strategis (*strategic planner*) harus menganalisis faktor- faktor strategi perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi saat ini.

Matrik SWOT adalah alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategi perusahaan (Mukhtar & Firmansyah, 2023). Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

Rumus SWOT :

$$SWOT = O / (S-W)$$

Keterangan :

O : Opportunities (peluang)

W : Weaknesses (kelemahan)

S : Strengths (kekuatan)

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan secara menyeluruh mencakup langkah-langkah yang terstruktur dan terarah untuk mengumpulkan data, menganalisis hasil, dan menyimpulkan temuan penelitian.

Studi Literatur: Tahap awal dalam metode penelitian adalah melakukan studi literatur untuk memahami konsep dan teori yang relevan dengan topik penelitian. Studi literatur membantu peneliti dalam menentukan metode, teknik pengumpulan data, dan analisis yang sesuai.

Perumusan Masalah: Setelah studi literatur, peneliti merumuskan masalah penelitian yang akan dijawab melalui pengumpulan data. Rumusan masalah menjadi landasan untuk menentukan tujuan penelitian dan arah penelitian yang akan dilakukan (Aziez Herdian et al., 2022).

Pembuatan Kuesioner: Peneliti membuat kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan data dari responden. Kuesioner dirancang dengan pertanyaan yang relevan untuk mengukur kepuasan pelanggan, persepsi terhadap kualitas layanan, dan faktor-faktor lain yang terkait dengan penelitian.

Penyebaran Kuesioner: Kuesioner disebar kepada responden, dalam hal ini pelanggan Shopee Express Balongbendo Hub, untuk mengumpulkan data mengenai kepuasan pelanggan dan persepsi terhadap layanan yang diberikan.

Pengumpulan Data Kuesioner: Data dari kuesioner yang telah diisi oleh responden dikumpulkan dan disiapkan untuk proses

Tabel 2.3.1. Matrik SWOT

IFAS EFAS	STRENGTHS (S) Tentukan 5-10 kekuatan internal	WEAKNESSES (W) Tentukan 5-10 kelemahan internal
Opportunities (O) Tentukan 5-10 faktor-faktor peluang eksternal	STRATEGI (SO) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi (WO) Ciptakan strategi yang memanfaatkan peluang mengatasi ancaman
TREATH (T) Tentukan 5-10 faktor-faktor ancaman eksternal	STRATEGI (ST) Ciptakan strategi disini yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI (WT) Ciptakan strategi disini meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman



selanjutnya. Pengumpulan data dilakukan dengan cermat dan teliti untuk memastikan keakuratan dan keandalan data.

Pengolahan Data: Data yang telah terkumpul kemudian diolah menggunakan metode analisis yang sesuai. Pengolahan data dilakukan untuk mendapatkan gambaran yang jelas dan akurat mengenai kepuasan pelanggan dan kualitas layanan di Shopee Express Balongbendo Hub.

Analisis Hasil: Hasil dari pengolahan data dianalisis secara mendalam untuk menarik kesimpulan yang relevan dengan tujuan penelitian. Analisis hasil membantu dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan dan merumuskan rekomendasi perbaikan layanan

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pembahasan, peneliti menganalisis data yang telah dikumpulkan dari responden untuk memahami tingkat kepuasan pelanggan dan persepsi mereka terhadap kualitas layanan yang diberikan. Diskusi mendalam dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan, baik secara positif maupun negatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden mengungkapkan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap layanan yang diberikan oleh Shopee Express Balongbendo Hub. Faktor-faktor seperti kecepatan pengiriman, responsif *customer service*, dan kualitas produk menjadi faktor utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Selain itu, analisis SWOT juga memberikan wawasan mengenai potensi pengembangan layanan yang dapat dilakukan oleh perusahaan (Istianah & Marliani, 2018).

Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
1	Kekuatan	0,86	0,70	Reliabel
2	Kelemahan	0,82	0,70	Reliabel
3	Peluang	0,98	0,70	Reliabel
4	Ancaman	1,24	0,70	Reliabel

Pada Tabel 4.16 dapat dilihat bahwa hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbach Alpha masing-masing variabel $> 0,70$. Dengan demikian, maka indikator dari variabel kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dinyatakan reliabel atau dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat ukur variabel.

Berdasarkan pembahasan dan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan di Shopee Express Balongbendo Hub dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan. Faktor-faktor seperti responsif, kehandalan, dan kualitas produk menjadi kunci dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Analisis SWOT juga memberikan pandangan strategis dalam mengembangkan layanan yang lebih baik di masa depan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Perusahaan memberikan pelayanan yang sangat baik, tetapi masih ada pelanggan yang merasa belum puas.

Para pelanggan memberikan penilaian yang baik terhadap perusahaan, dengan total keseluruhan 3,64.

Ada beberapa faktor yang membuat pelanggan tidak memiliki rasa kepuasan yang tinggi, seperti keterlambatan waktu dalam pengiriman dan kurangnya stock barang.

Perusahaan memiliki kekuatan dan peluang yang sangat tinggi, sementara kelemahan dan ancaman yang sangat rendah.

Indikator dari variabel kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dinyatakan reliabel dengan nilai Cronbach Alpha $> 0,70$.



Kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, oleh karena itu perusahaan harus memaksimalkan kualitas pelayanan seperti yang cepat, memberikan garansi, membangun komunikasi yang baik dengan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Astuti, A. M. (2020). Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus Di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 58-70.
- [2] Aziez Herdian, R. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1-6.
- [3] Elyarni, R. (2016). Analisis Swot Terhadap Strategi Pemasaran Layanan Sap Express Pada Pt. Sap. *Jurnal Metris*, 81-88.
- [4] Fanani, Z. (2020). Analisis Logistic Service Quality Untuk Meningkatkan Kualitas Layanan Jasa Pengiriman Jne Express. *J@Ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 73-81.
- [5] Fortuna, I.,. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman J&T Express Cabang Lumajang (Studi Kasus Pada J&T Express Jalan Veteran Ruko Royal Regency No. R-7 Lumajang). *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi, Dan Ilmu Sosial*, 290-293.
- [6] Hasan, Y. (2021). Pengaruh Kualitas Jasa Pelayanan Bengkel Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Cv. Kombos Service Station Toyota Sudirman). *Jurnal Ekonomi , Managemen* , 17-107.
- [7] Hasby, N. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayana Jasa Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen Jne Expres Agen Pangkalan Mansyur. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 1-19.
- [8] Irnandha, A. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat (Studi Kasus Kepuasan Pelanggan Jne Cabang Hijrah Sagan Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (Jmbi)*, 660-669.
- [9] Istianah, M. G. (2018). Strategi Pemasaran Dengan Analisis Swot Pada Pt. Delta Abadi Sentosa (Studi Kasus Pada Dealer Suzuki Delta Martapura). *Jurnal Scientific: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Dan Ekonomi*, 23-36.
- [10] Jaya Sakti, B. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Ketepatan. *Diponegoro Journal Of Management*, 1-8.
- [11] Jayanti, K. F. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman Barang Jne Di Besuki. *Relasi : Jurnal Ekonomi*, 182-191.
- [12] Koesdijati, T. (2023). Analisa Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode Qfd (Quality Function Deploymnet) Di Warung Cak Wandu
- [13] Larisang, L.,. (2021). Analisa Strategi Pengembangan Usaha Perusahaan Exspedisi Pada Pt. Uwais Global Logistik Menggunakan Metode Swot Dan Qspm. *Profisiensi: Jurnal Program Studi Teknik Industri*, 90-103.
- [14] Lestari, S. (2019). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Di Pasar Sore Purijaya Tangerang Dengan Metode Swot. *Jurnal Teknik*, 95-101.
- [15] Lubis, F. S. (2020). Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Metode Servqual Dan Pendekatan Structural Equation Modelling (Sem) Pada Perusahaan Jasa Pengiriman Barang Di Wilayah Kota



- Pekanbaru. Jurnal Sains, Teknologi Dan Industri, 25.
- [16] Martua, C. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Yang Berdampak Pada Loyalitas Pelanggan Jasa Pengiriman Ab Carga. Jurnal Ilmiah Bisnis, Pasar Modal, Dan Umkm, 10-18.
- [17] Mukhtar, M. N. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Krupuk Ikan Tenggiri Bapak Hari Dengan Metode Swot Di Kelurahan Pulorejo Prajurit Kulon Kecamatan Mojokerto. 124-131.
- [18] Nugroho, A. B. (2020). Analisis Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Servqual Dan Merancang Strategi Pemasaran Dengan Metode Swot Pada Restoran Xyz. Juminten, 13-24.
- [19] Nurhalimah Siti, L. B. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bengkel Garasi Di Ungaran). Journal Of Management, 1-15.
- [20] Prasetyo, A. (2023). Strategi Bisnis Untuk Mempertahankan Penjualan Jasa Pengiriman Kargo Freight Forwarding Pada Masa Pandemi Covid-19. Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis, 56-66.
- [21] Rohman, A. . (2018). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pengguna Jasa Pengiriman (Study Kasus Pada Pengguna Jasa Jne Express Across Nations Cabang Nganjuk). Capital: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen, 1.
- [22] Rohman, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Ketepatan Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman Barang Ninja Express Di Masa Pandemi Covid-19. Jurnal Logistik Indonesia, 73-85.
- [23] Rokhaenisza, P. A. (2018). Penggunaan Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Bersaing Dalam Usaha Angkutan Barang Pada Cv Putera Sarana Utama. E-Proceeding Of Management, 1160-1168.
- [24] Samudra, I. A. (2022). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Dengan Metode Analisis Swot Pada Pt. Nusantara Logistic Sejahtera. J-Mas (Jurnal Manajemen Dan Sains), 551.
- [25] Sasmita, A. . (2021). Strategi Pemasaran Tokopedia Dalam Persaingan Antar E-Commerce Dengan Analisis Swot. Jptam, 3397-3404.
- [26] Subarka, A. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Ekspedisi J&T Express. Jurnal Bisnis Indonesia, 92-104.
- [27] Wahyuningsih, S. (2015). Analisis Swot Untuk Penentuan Strategi Optimalisasi Infrastruktur. Buletin Pos Dan Telekomunikasi, 289