

ANALISIS LINGKUNGAN INTERNAL DAN EKSTERNAL DALAM MENENTUKAN STRATEGI PERTUMBUHAN PERUSAHAAN STARTUP DIGITAL DI INDONESIA

Matin Muttaqin¹, Dyah Sulisty Wahyuningsih², Afifa Putri Elwani³

^{1,2,3}Universitas Siber Asia

Email: matinmuttaqin@gmail.com¹, dyahhsw05@gmail.com², afifaelwani@gmail.com³

ABSTRAK: Pertumbuhan startup digital di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan perkembangan yang signifikan seiring meningkatnya adopsi teknologi dan ekonomi berbasis digital. Di sisi lain, tingkat kegagalan startup juga masih tergolong tinggi, yang sering kali disebabkan oleh strategi pertumbuhan yang tidak disusun berdasarkan analisis lingkungan usaha secara menyeluruh. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran analisis lingkungan internal dan eksternal dalam menentukan strategi pertumbuhan perusahaan startup digital di Indonesia. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif melalui studi literatur dan analisis konseptual dengan menggunakan kerangka manajemen strategis, analisis SWOT, dan PESTEL. Hasil kajian menunjukkan bahwa faktor internal seperti kualitas tim, kesiapan teknologi, model bisnis, dan struktur pendanaan menjadi fondasi utama pertumbuhan. Sementara itu, faktor eksternal seperti dinamika pasar, persaingan, regulasi, dan perkembangan teknologi digital membentuk arah peluang dan risiko. Kesesuaian antara kekuatan internal dan peluang eksternal menjadi kunci dalam merumuskan strategi pertumbuhan yang adaptif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Lingkungan Internal, Lingkungan Eksternal, Strategi Pertumbuhan, Startup Digital, Manajemen Strategis.

ABSTRACT: The growth of digital startups in Indonesia has increased rapidly along with technological adoption and the expansion of the digital economy. However, startup failure rates remain relatively high, often due to growth strategies that are not based on comprehensive environmental analysis. This study aims to examine the role of internal and external environmental analysis in determining growth strategies for digital startups in Indonesia. This research applies a qualitative descriptive approach through literature review and conceptual analysis using strategic management frameworks, SWOT, and PESTEL analysis. The results indicate that internal factors such as team quality, technological readiness, business models, and funding structures serve as the main foundation for growth. Meanwhile, external factors including market dynamics, competition, regulation, and technological development shape opportunities and risks. Alignment between internal strengths and external opportunities is essential for formulating adaptive and sustainable growth strategies.

Keywords: Internal Environment, External Environment, Growth Strategy, Digital Startup, Strategic Management.

A. PENDAHULUAN

Perkembangan startup digital di Indonesia menunjukkan tren pertumbuhan yang konsisten dalam beberapa tahun terakhir. Kemajuan teknologi informasi, peningkatan penetrasi internet, dan perubahan perilaku konsumen menjadi pendorong utama munculnya berbagai perusahaan rintisan berbasis digital. Startup tidak hanya berperan sebagai pelaku bisnis baru, tetapi juga sebagai sumber inovasi model layanan dan solusi berbasis teknologi. Banyak sektor seperti keuangan, pendidikan, kesehatan, dan perdagangan telah mengalami transformasi melalui platform digital (Ade Rahayu 2025). Kondisi ini menciptakan peluang pasar yang luas sekaligus persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu, startup dituntut memiliki arah pertumbuhan yang direncanakan secara strategis.

Tingkat kegagalan startup digital masih relatif tinggi. Banyak perusahaan rintisan tidak mampu bertahan setelah fase awal operasional. Permasalahan yang muncul sering kali bukan pada ide produk, melainkan pada kesalahan arah strategi pertumbuhan. Ekspansi dilakukan terlalu cepat tanpa kesiapan organisasi yang memadai. Sebagian startup juga tumbuh berdasarkan tren pasar sesaat tanpa analisis mendalam. Dampaknya adalah pemborosan sumber daya dan menurunnya kinerja operasional (Nurfazri et al. 2024). Situasi ini menunjukkan pentingnya pendekatan strategis yang berbasis analisis.

Strategi pertumbuhan tidak dapat dilepaskan dari pemahaman terhadap kondisi lingkungan usaha. Dalam manajemen strategis, lingkungan usaha dibagi menjadi lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Lingkungan internal berkaitan dengan sumber daya dan kapabilitas yang dimiliki perusahaan. Lingkungan eksternal mencakup faktor pasar, persaingan, regulasi, dan perkembangan teknologi. Kedua lingkungan tersebut saling memengaruhi arah keputusan bisnis. Analisis yang seimbang membantu perusahaan menghindari keputusan yang bersifat spekulatif. Startup membutuhkan kerangka analisis ini sebelum menentukan langkah ekspansi (Aristama et al., 2023).

Lingkungan internal menjadi fondasi utama dalam menentukan kesiapan pertumbuhan startup. Faktor seperti kualitas tim, kepemimpinan, model bisnis, dan kesiapan teknologi sangat menentukan kemampuan scale-up. Startup dengan tim yang kompeten dan struktur kerja yang jelas cenderung lebih adaptif terhadap perubahan (Mubadilah et al. 2024). Sebaliknya, kelemahan dalam pengelolaan internal dapat menghambat pertumbuhan meskipun peluang pasar besar. Banyak kasus menunjukkan

bahwa kegagalan startup terjadi karena masalah tata kelola. Pengendalian keuangan dan operasional sering diabaikan pada fase awal. Padahal aspek tersebut sangat menentukan keberlanjutan usaha.

Startup digital juga sangat dipengaruhi oleh lingkungan eksternal yang dinamis. Perubahan tren teknologi dan perilaku pengguna terjadi dengan cepat. Model bisnis yang relevan hari ini dapat menjadi usang dalam waktu singkat. Tingkat persaingan di sektor digital juga relatif tinggi karena hambatan masuk pasar cukup rendah. Kompetitor baru dapat muncul dengan pendekatan yang lebih inovatif. Regulasi pemerintah juga terus berkembang mengikuti risiko ekonomi digital. Startup perlu membaca sinyal perubahan ini secara sistematis.

Banyak pendiri startup memiliki kekuatan di bidang teknis tetapi belum tentu kuat dalam analisis strategis. Fokus utama sering diarahkan pada pengembangan produk dan fitur. Aspek analisis lingkungan dan perencanaan pertumbuhan kurang mendapatkan perhatian. Akibatnya, keputusan ekspansi diambil tanpa dasar data yang cukup. Risiko salah arah pasar menjadi lebih besar. Ketidaksesuaian antara kapasitas internal dan tuntutan eksternal sering terjadi. Di sinilah pentingnya alat analisis strategis yang sederhana namun terstruktur.

Kerangka analisis seperti SWOT dan PESTEL dapat digunakan untuk membantu startup membaca posisinya. Analisis SWOT menghubungkan kekuatan dan kelemahan internal dengan peluang dan ancaman eksternal. Pendekatan ini membantu merumuskan alternatif strategi yang lebih realistis. Sementara itu, analisis PESTEL memetakan pengaruh faktor makro terhadap bisnis digital. Penggunaan kerangka ini tidak harus kompleks, tetapi harus konsisten. Hasil analisis perlu diterjemahkan menjadi keputusan strategis. Proses ini membuat arah pertumbuhan lebih terkontrol (Jatmiko 2020).

Strategi pertumbuhan yang berbasis analisis lingkungan cenderung lebih adaptif dan berkelanjutan. Startup dapat menentukan apakah perlu ekspansi agresif atau bertahap. Keputusan pengembangan produk, perluasan pasar, atau kemitraan dapat dipilih berdasarkan hasil pemetaan. Pendekatan ini juga membantu dalam pengelolaan risiko pertumbuhan. Investor umumnya lebih percaya pada startup yang memiliki peta strategi jelas (Syakila et al. 2024). Keputusan tidak hanya berbasis optimisme, tetapi juga perhitungan. Hal ini meningkatkan peluang keberhasilan jangka panjang.

Berdasarkan uraian tersebut, analisis lingkungan internal dan eksternal menjadi aspek penting dalam penentuan strategi pertumbuhan startup digital. Tanpa pemetaan yang jelas, strategi ekspansi berpotensi tidak tepat sasaran. Startup perlu menyeimbangkan ambisi pertumbuhan dengan kesiapan organisasi. Artikel ini membahas peran kedua jenis lingkungan tersebut dalam perumusan strategi pertumbuhan. Pembahasan difokuskan pada konteks startup digital di Indonesia. Tujuannya adalah memberikan kerangka pemikiran yang aplikatif dan terarah. Dengan demikian, keputusan pertumbuhan dapat diambil secara lebih rasional dan strategis.

B. LANDASAN TEORI

Manajemen strategis merupakan pendekatan sistematis yang digunakan organisasi untuk menentukan arah dan tujuan jangka panjang melalui serangkaian keputusan dan tindakan yang terencana. Proses ini umumnya mencakup analisis lingkungan, perumusan strategi, implementasi, serta evaluasi kinerja strategi. Dalam konteks bisnis modern, manajemen strategis tidak hanya diterapkan pada perusahaan besar, tetapi juga pada perusahaan rintisan berbasis digital. Startup membutuhkan kerangka strategis agar pertumbuhan tidak hanya cepat, tetapi juga terarah. Tanpa pendekatan strategis, keputusan bisnis cenderung reaktif dan tidak berbasis analisis (Septiana & Zulkifli 2024). Oleh sebab itu, analisis lingkungan menjadi tahap awal yang penting dalam manajemen strategis.

Lingkungan internal adalah seluruh faktor yang berasal dari dalam organisasi yang memengaruhi kemampuan perusahaan dalam menjalankan strategi. Faktor ini mencerminkan kondisi sumber daya dan kapabilitas nyata yang dimiliki perusahaan. Unsur lingkungan internal meliputi kualitas sumber daya manusia, struktur organisasi, budaya kerja (Kabila et al. 2023), kemampuan teknologi, serta kondisi keuangan. Pada startup digital, peran tim inti dan kompetensi teknis menjadi komponen yang sangat dominan. Kekuatan internal yang baik dapat menjadi sumber keunggulan bersaing jika dikelola secara tepat. Sebaliknya, kelemahan internal yang tidak teridentifikasi dapat menghambat pertumbuhan meskipun peluang pasar terbuka.

Pendekatan Resource Based View menjelaskan bahwa keunggulan bersaing perusahaan bersumber dari aset dan kapabilitas internal yang bernilai dan sulit ditiru. Sumber daya tersebut dapat berbentuk pengetahuan, teknologi, keahlian tim, maupun sistem kerja yang efektif (Valentine et al. 2023). Dalam startup digital, kemampuan inovasi produk dan kecepatan

pengembangan sistem termasuk sumber daya strategis. Keunggulan tidak hanya ditentukan oleh jumlah sumber daya, tetapi juga oleh cara pemanfaatannya (Lestari 2021). Organisasi yang mampu mengelola sumber daya unik akan lebih siap menghadapi persaingan. Teori ini menekankan pentingnya evaluasi kekuatan internal sebelum menentukan strategi pertumbuhan.

Lingkungan eksternal merujuk pada faktor di luar organisasi yang dapat memengaruhi kinerja dan arah strategi perusahaan. Faktor ini berada di luar kendali langsung manajemen, tetapi dapat dianalisis dan diantisipasi. Analisis lingkungan eksternal sering menggunakan kerangka PESTEL yang mencakup aspek politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan, dan hukum (Maulana & As'ari 2024). Dalam industri startup digital, faktor teknologi dan regulasi memiliki pengaruh yang sangat kuat. Perubahan kebijakan data, sistem pembayaran, dan keamanan digital dapat mengubah model bisnis secara signifikan. Oleh karena itu, pemantauan lingkungan eksternal perlu dilakukan secara berkelanjutan.

Selain faktor makro, lingkungan eksternal juga mencakup struktur industri dan tingkat persaingan. Analisis persaingan membantu perusahaan memahami posisi relatifnya di pasar. Model analisis industri menekankan pentingnya membaca kekuatan pesaing, ancaman pendatang baru, dan substitusi produk. Bagi startup digital, hambatan masuk pasar yang relatif rendah membuat persaingan lebih dinamis. Diferensiasi produk dan pengalaman pengguna menjadi strategi penting menghadapi tekanan kompetitif (Nugraheni 2019). Tanpa pemahaman struktur industri, strategi pertumbuhan berisiko tidak tepat sasaran. Analisis eksternal membantu perusahaan memilih posisi strategis yang lebih aman.

Strategi pertumbuhan merupakan rencana terarah yang digunakan perusahaan untuk meningkatkan skala usaha dan kinerja pasar. Bentuk strategi pertumbuhan dapat berupa penetrasi pasar, pengembangan produk, perluasan segmen, maupun kemitraan strategis (Yuwono et al., 2024). Pemilihan strategi harus disesuaikan dengan hasil analisis lingkungan internal dan eksternal. Pertumbuhan yang terlalu agresif tanpa kesiapan internal dapat menimbulkan risiko operasional. Sebaliknya, kesiapan internal tanpa pemanfaatan peluang eksternal membuat perusahaan stagnan. Karena itu, strategi pertumbuhan yang efektif selalu berbasis pada kesesuaian antara kapasitas internal dan peluang lingkungan eksternal.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif naratif yang bertujuan untuk menjelaskan dan menguraikan konsep analisis lingkungan internal dan eksternal dalam penentuan strategi pertumbuhan startup digital. Pendekatan ini dipilih karena fokus penelitian terletak pada pemahaman konsep, keterkaitan teori, dan penafsiran kerangka strategis, bukan pada pengujian hipotesis statistik. Melalui pendekatan deskriptif, pembahasan disusun secara sistematis agar mampu menggambarkan hubungan antar variabel strategis secara utuh dan kontekstual (Syakila et al. 2024).

Jenis penelitian yang digunakan adalah studi literatur, dengan sumber data berupa jurnal ilmiah, buku akademik, dan publikasi penelitian yang relevan dengan topik manajemen strategis, lingkungan bisnis, dan strategi pertumbuhan perusahaan rintisan digital. Pemilihan referensi dilakukan secara selektif berdasarkan kesesuaian tema, kedalaman pembahasan, serta keterbaruan sumber agar analisis tetap relevan dengan perkembangan ekosistem bisnis digital. Pengumpulan data dilakukan melalui teknik dokumentasi dan penelusuran pustaka menggunakan kata kunci tematik. Setiap sumber dibaca secara kritis, kemudian dicatat poin konsep, model, dan temuan pentingnya. Proses ini tidak hanya bersifat pengumpulan, tetapi juga penyaringan, sehingga hanya materi yang memiliki kontribusi langsung terhadap fokus penelitian yang digunakan dalam tahap analisis (Faddila, 2023).

Analisis data dilakukan dengan teknik analisis isi secara konseptual, yaitu mengelompokkan materi berdasarkan tema lingkungan internal, lingkungan eksternal, dan strategi pertumbuhan. Selanjutnya dilakukan perbandingan antar sumber untuk menemukan pola dan keterkaitan, lalu diinterpretasikan menggunakan kerangka analisis strategis seperti SWOT dan PESTEL. Untuk menjaga ketelitian, dilakukan perbandingan beberapa referensi sejenis sebelum penarikan simpulan, sehingga hasil pembahasan memiliki dasar argumentasi yang kuat dan konsisten.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kajian menunjukkan bahwa analisis lingkungan internal dan eksternal memiliki peran langsung dalam menentukan kualitas strategi pertumbuhan startup digital. Dari sisi internal, faktor yang paling dominan adalah kompetensi tim inti, kejelasan model bisnis, kesiapan teknologi, dan disiplin pengelolaan keuangan. Startup yang memiliki tim dengan

kombinasi kemampuan teknis dan bisnis terbukti lebih siap melakukan ekspansi. Struktur kerja yang jelas mempercepat pengambilan keputusan strategis. Selain itu, kesiapan sistem digital yang scalable mengurangi risiko gangguan saat jumlah pengguna meningkat. Temuan ini menegaskan bahwa pertumbuhan tidak hanya ditentukan oleh peluang pasar, tetapi oleh kesiapan organisasi.

Pada aspek sumber daya manusia, kualitas tim pendiri dan manajemen awal menjadi penentu arah strategi. Startup dengan tim lintas keahlian cenderung lebih akurat membaca peluang dan risiko. Pembagian peran yang tegas antara fungsi produk, teknologi, dan bisnis meningkatkan efektivitas eksekusi strategi. Sebaliknya, tim yang terlalu homogen sering mengalami bias keputusan. Ketergantungan pada satu figur kunci juga meningkatkan risiko operasional. Karena itu, penguatan struktur tim menjadi bagian dari strategi pertumbuhan internal. Hal ini selaras dengan pandangan bahwa kapabilitas internal adalah sumber keunggulan bersaing.

Dari sisi model bisnis, hasil pembahasan menunjukkan bahwa startup yang memiliki skema monetisasi jelas lebih stabil dalam fase pertumbuhan. Pertumbuhan pengguna tanpa strategi pendapatan tidak cukup mendukung ekspansi jangka panjang. Validasi pasar terhadap kesediaan membayar menjadi indikator penting. Startup yang menguji model pendapatan sejak awal lebih siap menarik investor. Unit economics yang sehat memperkuat keputusan scale-up. Tanpa dasar ini, pertumbuhan justru meningkatkan tekanan biaya. Dengan demikian, model bisnis merupakan variabel internal yang krusial.

Kesiapan infrastruktur teknologi juga menjadi temuan penting dalam analisis internal. Platform yang dirancang modular dan scalable lebih mampu menyesuaikan lonjakan permintaan. Startup yang berinvestasi pada arsitektur sistem sejak awal memiliki gangguan layanan lebih rendah. Stabilitas sistem meningkatkan kepercayaan pengguna dan mitra. Pengujian performa dan keamanan menjadi bagian dari strategi pertumbuhan teknis. Teknologi bukan hanya alat operasional, tetapi fondasi ekspansi digital. Karena itu, keputusan teknologi bersifat strategis, bukan sekadar teknis.

Dari sisi lingkungan eksternal, dinamika pasar digital menjadi faktor yang paling berpengaruh terhadap arah pertumbuhan. Perubahan perilaku pengguna berlangsung cepat dan berbasis tren. Startup yang menggunakan data pengguna dalam pengambilan keputusan lebih responsif terhadap perubahan. Segmentasi pasar digital membantu menentukan

prioritas ekspansi. Tidak semua peluang pasar harus diambil sekaligus. Fokus segmen terbukti lebih efektif pada tahap awal pertumbuhan. Analisis pasar menjadi dasar pemilihan strategi ekspansi.

Tingkat persaingan industri digital menunjukkan tekanan yang tinggi dengan hambatan masuk yang relatif rendah. Banyak model bisnis mudah ditiru oleh pesaing baru. Oleh karena itu, diferensiasi menjadi strategi utama dalam pertumbuhan. Diferensiasi dapat berupa fitur, pengalaman pengguna, atau ekosistem layanan. Startup yang memiliki proposisi nilai unik lebih tahan terhadap perang harga. Analisis pesaing membantu menentukan posisi strategis di pasar. Strategi pertumbuhan menjadi lebih tajam ketika posisi kompetitif dipahami.

Faktor regulasi juga terbukti memengaruhi strategi pertumbuhan, khususnya pada sektor fintech, edutech, dan healthtech. Kepastian hukum meningkatkan kepercayaan investor dan pengguna. Sebaliknya, ketidakpatuhan regulasi dapat menghambat ekspansi. Startup yang sejak awal memasukkan aspek kepatuhan dalam desain bisnis lebih siap bertumbuh. Biaya kepatuhan perlu dihitung sebagai bagian strategi. Regulasi bukan hanya hambatan, tetapi juga filter kualitas pasar. Respons strategis terhadap regulasi menjadi keunggulan tersendiri.

Integrasi hasil analisis internal dan eksternal melalui kerangka SWOT menunjukkan pola strategi yang lebih terarah. Kekuatan internal dapat digunakan untuk menangkap peluang pasar spesifik. Kelemahan internal dapat ditutup melalui kemitraan atau outsourcing. Ancaman eksternal dapat direspons dengan diferensiasi dan fokus segmen. Pendekatan ini menghasilkan alternatif strategi yang realistis. Startup tidak hanya mengejar pertumbuhan cepat, tetapi pertumbuhan yang terkendali. Sinkronisasi dua lingkungan menjadi kunci.

Secara keseluruhan, hasil pembahasan menegaskan bahwa strategi pertumbuhan startup digital harus berbasis kecocokan antara kapasitas internal dan kondisi eksternal. Pertumbuhan agresif hanya efektif jika fondasi internal kuat dan peluang pasar jelas. Pendekatan berbasis analisis mengurangi risiko salah arah ekspansi. Startup yang melakukan evaluasi lingkungan secara berkala lebih adaptif terhadap perubahan. Strategi menjadi proses dinamis, bukan keputusan sekali jadi. Dengan demikian, analisis

lingkungan internal dan eksternal terbukti relevan sebagai dasar penentuan strategi pertumbuhan startup digital di Indonesia.

Hasil analisis juga menunjukkan bahwa strategi kemitraan menjadi jembatan penting antara keterbatasan internal dan peluang eksternal. Banyak startup tidak memiliki seluruh sumber daya untuk tumbuh sendiri. Kolaborasi dengan perusahaan lain, institusi, atau penyedia infrastruktur mempercepat ekspansi. Kemitraan dapat menekan biaya akuisisi pengguna dan pengembangan sistem. Selain itu, kolaborasi meningkatkan kredibilitas pasar pada tahap awal pertumbuhan. Strategi ini sangat relevan bagi startup dengan modal terbatas. Dengan kemitraan yang tepat, pertumbuhan dapat dicapai dengan risiko yang lebih terkendali.

Implikasi praktis dari temuan ini menekankan pentingnya evaluasi lingkungan secara berkala dalam proses pengambilan keputusan strategis. Analisis internal dan eksternal tidak cukup dilakukan sekali pada fase awal pendirian. Lingkungan digital berubah cepat sehingga pembaruan analisis perlu dijadwalkan. Startup yang membangun kebiasaan review strategis lebih siap melakukan penyesuaian arah. Keputusan pertumbuhan menjadi berbasis data dan indikator, bukan asumsi. Pendekatan ini meningkatkan ketahanan bisnis dalam jangka menengah dan panjang. Dengan demikian, strategi pertumbuhan menjadi proses adaptif yang berkelanjutan, bukan langkah sesaat.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa analisis lingkungan internal dan eksternal memegang peran utama dalam menentukan strategi pertumbuhan startup digital di Indonesia. Lingkungan internal yang mencakup kompetensi tim, kejelasan model bisnis, kesiapan teknologi, dan disiplin keuangan menjadi fondasi kesiapan perusahaan untuk melakukan scale-up. Startup dengan kapasitas internal yang terukur cenderung mampu mengeksekusi strategi pertumbuhan secara lebih stabil. Di sisi lain, lingkungan eksternal seperti dinamika pasar digital, tingkat persaingan, perkembangan teknologi, dan regulasi membentuk arah peluang sekaligus batasan pertumbuhan. Startup yang aktif memantau perubahan eksternal lebih adaptif dalam menentukan langkah ekspansi. Integrasi analisis internal dan eksternal melalui kerangka strategis membantu menghasilkan pilihan strategi yang lebih realistis dan terarah. Strategi pertumbuhan yang efektif tidak hanya berorientasi pada kecepatan ekspansi, tetapi juga pada kesesuaian kapasitas dan momentum pasar. Pendekatan

- Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali , Indonesia PENDAHULUAN Investor Memutuskan Untuk Beri.” 26: 736–62.
- Nurfazri, Muhammad, Ferli Septi Irwansyah, Fahmy Lukman, and Mohammad Eisa. 2024. “Digital Literacy in Education : An Analysis of Critical Thinking Culture for Preventing the Hoaxes.” 8(1): 1–22.
- Septiana, Arrum., and Zulkifli. 2024. “Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis.” *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis* 18(2): 140–52.
- Syakila, Mutiara et al. 2024. “Strategi Pemasaran Shopee Express Dan JNT Express Melalui Analisis SWOT Dan QSPM.” *Ekonomis: Journal of Economics and Business* 8(1): 970.
- Valentine, Listantia et al. 2023. “Analisis Persepsi Harga, Cita Rasa, Kualitas Layanan Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Mie Gacoan Tegal.” *GEMILANG: Jurnal Manajemen dan Akuntansi* 3(4): 425–43. <https://jurnal-stiepari.ac.id/index.php/gemilang/article/view/1308%0Ahttps://jurnal-stiepari.ac.id/index.php/gemilang/article/download/1308/1173>.
- Yuwono, Imam, Nur Endah Rakhmawati, and Nurulita Purnama Putri. 2024. “Growth Strategy for Start Up Business : Analysis of Solutions for Scalability , Marketing , And Risk Management.” 10(2): 261–75..