

Strategi Meningkatkan Daya Saing CV Rayyan Jaya Teknik: Perspektif Manajemen Strategi Syariah dan Analisis SWOT

Halwa Halimatusadiyah¹, Laila Maulida², Sela Nur Aulia³

Universitas Siliwangi

124100211100@student.unsil.ac.id

224100211103@student.unsil.ac.id

324100211116@student.unsil.ac.id

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh persaingan industri jasa teknik di era 4.0 yang semakin ketat, sehingga perusahaan dituntut memiliki daya saing yang tidak hanya berfokus pada efisiensi operasional, tetapi juga nilai moral dan etika. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi peningkatan daya saing pada CV Rayyan Jaya Teknik dengan menggabungkan perspektif Manajemen Strategi Syariah dan analisis SWOT. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif melalui wawancara mendalam dengan pihak manajemen dan studi literatur terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan utama perusahaan terletak pada penerapan nilai Siddiq (kejujuran) dan Amanah (transparansi) yang mampu membangun loyalitas pelanggan secara alami. Selain itu, penerapan nilai Itqan (profesionalisme) dapat mengurangi risiko ketidakpastian (gharar) dan menjadi strategi penting dalam menghadapi persaingan pasar. Penelitian ini menyimpulkan bahwa perpaduan strategi bisnis modern dan prinsip syariah mampu menciptakan daya saing yang berkelanjutan, tidak hanya berorientasi pada keuntungan materi, tetapi juga memberikan manfaat bagi masyarakat.

Kata kunci: Daya Saing, Manajemen Strategi Syariah, Analisis SWOT.

Abstract

This research is motivated by the increasingly tight competition in the engineering services industry in the industrial era 4.0, so that companies are required to have competitiveness that focuses not only on operational efficiency, but also moral and ethical values. This study aims to formulate a strategy to increase competitiveness at CV Rayyan Jaya Teknik by combining the perspective of Sharia Strategic Management and SWOT analysis. The method used is descriptive qualitative through in-depth interviews with management and related literature studies. The results of the study indicate that the company's main strength lies in the of Siddiq (honesty) and Amanah (transparency) values that are able to build customer loyalty naturally. In addition, the application of Itqan (professionalism) values can reduce the risk of uncertainty (gharar) and become an important strategy in facing market competition. This study concludes that the combination of modern business strategies and sharia principles can create sustainable competitiveness, not only oriented towards material profits, but also providing benefits to society.

Keywords: Competitiveness, Sharia Strategic Management, SWOT Analysis.

Pendahuluan

Daya saing perusahaan adalah kemampuan perusahaan untuk bertahan di pasar, menghadapi persaingan, dan memberikan nilai tambah bagi pelanggan serta para pemangku kepentingan. Keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan strategis, baik di dalam maupun luar negeri, dipengaruhi oleh beberapa factor penting, seperti kualitas produk, efisiensi kerja, inovasi, dan reputasi perusahaan di mata masyarakat (Soesanto, 2022). Di tengah persaingan pasar global yang semakin ketat, perusahaan tidak hanya dituntut unggul dalam cara bisnis konvensional, tetapi juga harus mampu memanfaatkan teknologi modern dan memahami perubahan kebutuhan konsumen. Selain itu, aspek keberlanjutan lingkungan juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing. Saat ini, konsumen dan mitra bisnis cenderung lebih memilih perusahaan yang memiliki tanggung jawab terhadap lingkungan dan menjalankan bisnis secara berkelanjutan. (Rhamadani & Sisdiyanto, 2024).

Relevansi keunggulan kompetitif tersebut menjadi semakin krusial dalam menghadapi tantangan era industri 4.0, di mana perusahaan manufaktur dan jasa teknik dituntut untuk meningkatkan efisiensi operasional tanpa mengabaikan pengendalian biaya produksi. Strategi pengendalian biaya yang tepat memegang peranan sentral dalam menjaga stabilitas daya saing serta menjamin keberhasilan bisnis dalam jangka panjang. Efisiensi biaya produksi tidak sekadar berimplikasi pada peningkatan profitabilitas, tetapi juga menjadi faktor determinan bagi keberlangsungan perusahaan di tengah penetrasi pasar yang semakin ketat. Oleh sebab itu, setiap entitas bisnis perlu mengidentifikasi secara mendalam faktor-faktor yang memengaruhi struktur biaya dan merumuskan langkah-langkah strategis yang efektif guna mereduksi pengeluaran secara optimal namun tetap menjaga kualitas layanan yang dihasilkan. (Muna & Ismaya, 2023).

Kebutuhan akan daya saing dan efisiensi biaya tersebut menjadi tantangan nyata bagi CV Rayyan Jaya Teknik dalam mempertahankan posisinya sebagai penyedia solusi jasa teknik. Meskipun potensi pasar di sektor ini terus berkembang, perusahaan dihadapkan pada realitas persaingan yang menuntut akurasi dalam pengerjaan serta transparansi dalam pengelolaan biaya operasional. Dalam pandangan Islam, upaya meningkatkan daya saing tidak boleh menghalalkan segala

cara, melainkan harus berpijak pada prinsip kejujuran (shiddiq) dan profesionalisme (itqan). Oleh karena itu, integrasi Manajemen Strategi Syariah menjadi krusial bagi CV Rayyan Jaya Teknik untuk memastikan bahwa setiap kebijakan efisiensi dan inovasi yang diambil tetap berada dalam koridor etika bisnis Islam, yang pada akhirnya akan membangun kepercayaan jangka panjang dari pelanggan sebagai bentuk nilai tambah non-materiil.

Untuk merumuskan langkah strategis yang tepat sasaran, diperlukan pemetaan posisi perusahaan secara objektif melalui Analisis SWOT. Dengan mengidentifikasi kekuatan internal seperti keahlian teknis dan kelemahan dalam aspek manajerial, serta menangkap peluang pasar digital sembari memitigasi ancaman dari kompetitor sejenis, CV Rayyan Jaya Teknik dapat menyusun strategi yang lebih komprehensif. Sinergi antara analisis kekuatan pasar dan filter nilai-nilai syariah ini diharapkan mampu melahirkan keunggulan kompetitif yang tidak hanya unggul secara materiil di era industri 4.0, tetapi juga memberikan kemaslahatan yang luas bagi masyarakat dan lingkungan sebagai entitas bisnis yang berkah dan berkelanjutan.

Tinjauan Pustaka

Manajemen Strategi Syariah

Menurut Arifah (2022), manajemen strategi adalah proses merencanakan, mengatur, menjalankan, dan mengawasi strategi yang dilakukan organisasi atau perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Manajemen strategi berperan penting dalam membantu perusahaan menentukan arah usaha, memanfaatkan sumber daya secara efektif, serta menghadapi persaingan bisnis yang terus berkembang. Dalam perspektif Islam, manajemen strategi tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan semata, tetapi juga harus selaras dengan prinsip-prinsip syariah. Manajemen strategi syariah merupakan proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi strategi organisasi yang berlandaskan nilai-nilai Islam, seperti keadilan, kejujuran, amanah, dan tanggung jawab. Pendekatan ini bertujuan untuk mencapai keunggulan kompetitif secara etis dan berkelanjutan serta mengedepankan keberkahan dan kemanfaatan (masalah) bagi masyarakat luas (Hanifah, 2025).

Pada dasarnya proses manajemen strategik mempunyai tiga pertanyaan dasar, yaitu mau dibawa kemanakah suatu organisasi, mau kemana organisasi tersebut, bagaimana organisasi tersebut mencapainya. Beekun mengatakan bahwa manajemen strategik syariah pada dasarnya berhubungan dengan perilaku organisasi dalam internal organisasi dan eksternal organisasi, proses, struktur organisasi, dan keputusan yang diambil dalam rangka mencapai tujuan. Manajemen strategik syariah melibatkan dua tahapan yang penting yaitu perumusan strategi dan implementasi strategi. Menurut Beekun perumusan strategi relatif lebih mudah daripada implementasi strategi yang dipandang lebih menantang, dan pada tahapan implementasi strategi semua anggota organisasi ikut terlibat (Muna,dkk, 2015).

Penerapan manajemen strategi syariah mendorong perusahaan untuk tidak hanya fokus pada hasil finansial, tetapi juga memperhatikan aspek moral dan sosial dalam menjalankan kegiatan usaha. Dengan demikian, strategi yang diterapkan diharapkan mampu menciptakan keseimbangan antara keuntungan perusahaan dan kesejahteraan masyarakat.

Daya Saing Perusahaan

Daya saing merupakan kemampuan yang dimiliki perusahaan, industri, maupun wilayah dalam menciptakan nilai tambah, meningkatkan produktivitas, serta mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah persaingan bisnis. Menurut Fadhilah (2023), daya saing adalah kapasitas perusahaan atau wilayah untuk menciptakan faktor pendapatan dan kesempatan kerja yang lebih tinggi dan berkelanjutan dalam menghadapi kompetisi global.

Tingkat daya saing perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kualitas sumber daya manusia, inovasi produk, pemanfaatan teknologi, strategi pemasaran, serta kemampuan manajemen dalam membaca peluang pasar. Perusahaan yang memiliki daya saing tinggi akan lebih mampu bertahan, berkembang, dan memenangkan persaingan usaha.

Dalam konteks bisnis syariah, daya saing tidak hanya diukur dari kemampuan memperoleh keuntungan, tetapi juga dari kemampuan Perusahaan dalam menerapkan nilai-nilai Islam dalam aktivitas bisnisnya. Oleh karena itu, perusahaan perlu menerapkan strategi yang efektif agar dapat meningkatkan kualitas usaha sekaligus menjaga prinsip-prinsip syariah.

Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan metode strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal perusahaan melalui empat komponen utama, yaitu Strengths (kekuatan), Weaknesses (kelemahan), Opportunities (peluang), dan Threats (ancaman). Menurut Zainuri (2023), analisis SWOT membantu perusahaan dalam merumuskan strategi yang sesuai dengan kondisi bisnis yang dihadapi.

Menurut Deradjat M.S, dkk (2022) Analisis SWOT adalah suatu metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi Strengths (kekuatan), Weakness (kelemahan), Opportunity (peluang), dan Threats (ancaman) dalam sebuah proyek tertentu atau spekulasi bisnis. Keempat faktor inilah yang merupakan faktor utama dari analisis ini dan membentuk akronim yang selama ini kita kenal, yaitu SWOT (strengths, weakness, opportunities, dan threats). Teknik analisis ini dibuat oleh seorang pemimpin proyek riset di Universitas Stanford yang bernama Albert Humphrey. Pembuatan dilakukan sekitar tahun 1960an dan 1970an dengan menggunakan data dari perusahaan-perusahaan Fortune 500.

Ada tiga tahapan umum dalam analisis swot ini yaitu tahap pengumpulan data, tahap analisis, dan tahap pengambilan keputusan dari hasil analisis. Tujuan dari Analisis SWOT adalah untuk menemukan aspek-aspek penting dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman di dalam suatu perusahaan atau organisasi. Dengan empat aspek tersebut diharapkan mampu memaksimalkan kekuatan, meminimalkan kelemahan, mereduksi ancaman, dan membangun peluang-peluang di masa depan. Perlu diingat bahwa analisis SWOT itu hanyalah sebuah alat analisis yang ditujukan untuk menggambarkan situasi yang sedang dihadapi atau yang mungkin akan dihadapi oleh organisasi. Maka dari itu, analisis SWOT bukanlah sebuah alat analisis yang ajaib yang mampu memberikan jalan keluar yang tepat bagi masalah-masalah yang dihadapi oleh suatu perusahaan atau organisasi.

Manfaat dari analisis SWOT adalah didapatnya sebuah strategi bagi para stakeholder untuk menetapkan sarana-sarana saat ini atau kedepan terhadap kualitas internal maupun eksternal. Dengan adanya 4 faktor saling berhubungan,

maka analisis ini akan memberikan kemudahan dalam mewujudkan visi dan misi suatu perusahaan atau organisasi tertentu.

Faktor kekuatan dan kelemahan berasal dari lingkungan internal perusahaan, seperti kualitas sumber daya manusia, modal, teknologi, sistem manajemen, dan kemampuan produksi. Sementara itu, peluang dan ancaman berasal dari faktor eksternal, seperti kondisi pasar, tingkat persaingan, perkembangan teknologi, serta perubahan kebutuhan dan perilaku konsumen. Dalam perspektif manajemen strategi syariah, analisis SWOT tidak hanya digunakan untuk meningkatkan keuntungan perusahaan, tetapi juga untuk memastikan bahwa strategi yang diterapkan tetap sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Penggunaan analisis SWOT dinilai efektif dalam membantu Perusahaan menentukan langkah strategis guna meningkatkan daya saing dan mempertahankan keberlangsungan usaha (Zainuri,2025).

Melalui analisis SWOT, perusahaan dapat memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk menangkap peluang pasar, meminimalkan kelemahan, serta menghadapi ancaman bisnis secara lebih terencana. Oleh karena itu, metode SWOT menjadi salah satu alat penting dalam penyusunan strategi pengembangan perusahaan.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami kondisi perusahaan dan mencari solusi strategis terhadap permasalahan yang ada. Data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pihak manajemen CV Rayyan Jaya Teknik untuk mendapatkan informasi tentang kebijakan perusahaan, visi perusahaan, dan penerapan nilai-nilai syariah dalam kegiatan operasional sehari-hari. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai literatur ilmiah. Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis melalui teknik SWOT untuk melihat kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman perusahaan, lalu diakhiri dengan penarikan kesimpulan strategis.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara pada CV Rayyan Jaya Teknik yang merupakan sebuah Perusahaan jasa teknik yang telah beroperasi lebih dari 9 tahun. Fokus utama pada bisnis ini adalah pelayanan jasa pendingin (AC), meliputi pemasangan, perawatan, perbaikan, hingga jual beli unit. Sejak awal beroperasi perusahaan ini memposisikan diri sebagai penyedia jasa yang mengutamakan kualitas kerja dan kepuasan pelanggan sebagai bentuk pelayanan terhadap masyarakat. Hal ini sejalan dengan pendapat Fadhilah (2023) yang menyatakan bahwa daya saing suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh kualitas manajemen dalam membaca peluang pasar dan menjaga keberlangsungan usaha.

Visi jangka panjang perusahaan yang bertekad menjadi penyedia jasa teknik AC yang profesional, terpercaya, dan dikenal luas dengan landasan etika yang kuat. Untuk mentransformasikan visi tersebut ke dalam realitas operasional, CV Rayyan Jaya Teknik menjalankan misi yang berfokus pada pemberian pelayanan prima, menjaga integritas kualitas pekerjaan, serta menerapkan nilai-nilai kejujuran dan amanah dalam setiap interaksi transaksi dengan pelanggan.

Dalam membedah posisi kompetitif perusahaan di tengah persaingan industri, analisis SWOT digunakan sebagai instrumen evaluasi yang kemudian diselaraskan dengan prinsip manajemen strategi syariah perusahaan CV Rayyan Jaya Teknik memiliki kekuatan (Strengths) utama pada integritas moral melalui penerapan prinsip Siddiq dan Amanah, di mana kejujuran dalam diagnosa dan transparansi harga membangun loyalitas pelanggan secara organik. Selain itu, komitmen terhadap kualitas kerja atau Itqan dengan penggunaan peralatan yang memadai menjadi keunggulan kompetitif di mata masyarakat. Namun, perusahaan masih harus menghadapi kelemahan (Weaknesses) berupa keterbatasan jumlah tenaga kerja yang profesional dan ketergantungan permintaan pasar pada perubahan musim serta kondisi ekonomi. Hal ini sesuai dengan teori Zainuri (2023) bahwa identifikasi kelemahan internal sangat krusial agar perusahaan dapat merumuskan langkah strategis yang tepat untuk mereduksi risiko pengeluaran secara optimal. Peluang (Opportunities) besar terbuka melalui rencana ekspansi pembukaan cabang di berbagai wilayah serta pemanfaatan media sosial untuk memperluas jangkauan promosi guna menciptakan kemaslahatan yang lebih luas. Di sisi lain, ancaman

(Threats) muncul dari persaingan usaha sejenis yang semakin ketat dan dinamika ekonomi yang dapat memengaruhi daya beli masyarakat. Melalui kacamata syariah, ancaman ini dimitigasi dengan menjadikan etika bisnis sebagai solusi strategis; misalnya dengan mentransformasi nilai Amanah menjadi identitas merek yang kuat untuk memitigasi risiko operasional dan menghindari unsur gharar atau ketidakpastian. itu, komitmen terhadap kualitas kerja atau Itqan dengan penggunaan peralatan yang memadai menjadi keunggulan kompetitif di mata masyarakat.

Hasil analisis menunjukkan bahwa CV Rayyan Jaya Teknik tidak sekadar menjalankan praktik bisnis konvensional, melainkan telah mengintegrasikan manajemen strategi syariah secara substantif. Visi dan misi perusahaan tidak hanya berorientasi pada pencapaian profitabilitas materi, tetapi juga menitikberatkan pada nilai kemaslahatan dan tanggung jawab sosial Implementasi nilai-nilai ini terlihat nyata ketika perusahaan memberikan edukasi dan penjelasan mendetail mengenai kondisi AC kepada pelanggan. Praktik ini secara strategis mampu memitigasi risiko gharar atau ketidakpastian yang sering menjadi titik lemah dalam bisnis jasa teknik.

Lebih jauh lagi, strategi perusahaan dalam menghadapi tantangan pasar dilakukan dengan mentransformasi etika Islam menjadi solusi bisnis yang kompetitif. Penguatan sumber daya manusia yang berbasis pada semangat dan prinsip keadilan dalam pengupahan menjadi fondasi utama untuk menjaga keberlanjutan usaha. Dengan mengedepankan aspek transparansi dan kejujuran, perusahaan berhasil membangun brand image yang kuat, di mana loyalitas pelanggan tercipta bukan karena harga yang paling murah, melainkan karena rasa aman dan percaya. Secara sistematis, penyelarasan antara target pertumbuhan ekonomi serta kontribusi terhadap kemaslahatan umat membuktikan bahwa CV Rayyan Jaya Teknik telah menerapkan model manajemen yang menyeimbangkan antara kesuksesan duniawi dan keberkahan.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa CV Rayyan Jaya Teknik telah mengintegrasikan manajemen strategi syariah sebagai instrumen utama dalam meningkatkan daya saing perusahaannya. Temuan utama menunjukkan bahwa implementasi nilai-nilai Islam seperti Siddiq (kejujuran) dalam diagnosa kerusakan, Amanah (transparansi harga), dan Itqan

(profesionalisme/kualitas kerja) telah berhasil membangun loyalitas pelanggan secara organik dan memitigasi risiko gharar (ketidakpastian) dalam praktik bisnis jasa teknik. Melalui analisis SWOT, perusahaan berhasil mengidentifikasi bahwa kekuatan etika bisnis ini mampu menjadi solusi strategis dalam menghadapi ancaman persaingan pasar yang ketat. Implikasi dari penelitian ini mempertegas bahwa sinergi antara analisis kekuatan pasar konvensional dengan filter nilai-nilai syariah melahirkan keunggulan kompetitif yang tidak hanya berorientasi pada profit materiil, tetapi juga pada kemaslahatan umat dan keberlanjutan usaha. Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan pada fokus subjek yang hanya mencakup satu entitas bisnis, sehingga temuan ini bersifat spesifik pada konteks operasional CV Rayyan Jaya Teknik.

Untuk Manajemen CV Rayyan Jaya Teknik disarankan agar segera menyusun program pelatihan teknis guna mengatasi keterbatasan tenaga kerja profesional serta mulai mengoptimalkan pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar. Selain itu, bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk melakukan studi komparatif dengan objek penelitian yang lebih luas atau menggunakan metode kuantitatif untuk mengukur pengaruh variabel etika bisnis Islam terhadap loyalitas pelanggan secara lebih akurat.

Daftar Pustaka

- Akbar, F., Sinaga, N. Y., & Rizal, M. (2026). Analisis Implementasi Database Management System (DBMS) Dalam Mendukung Sistem Informasi Manajemen Pada Organisasi. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 4(2), 23-29.
- Arifah, U. (2023). Manajemen strategi. UNISNU PRESS.
- Fadhilah, N., Hasibuan, A., Ahmadi, Harahap, D. N., & Ritonga, K. (2023). Memperkuat posisi daya saing perusahaan. *Journal of Management and Creative Business (JMCBUS)*, 1(1), 79–85. e-ISSN 2962-1119, p-ISSN 2962- 0856.
- Hanifah, S. (2025). Manajemen strategi dalam bisnis syariah untuk keberlanjutan dan keunggulan kompetitif. *Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen dan*

Ekonomi Syariah, 3(2), 315–326.
<https://doi.org/10.61132/nuansa.v3i2.1772>

Izvercian, M., Radu, A., Ivascu, L., & Ardelean, B.-O. (2014). The Impact of Human Resources and Total Quality Management on the Enterprise. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 124, 27–33.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.02.456>

Muna, M. N., & Hapsari, M. I. (2015). Implementasi Manajemen Strategik Syariah di BMT Amanah Ummah. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 2(12).

Muna, K. N., & Ismaya, M. I. N. (2023). Strategi Pengendalian Biaya Produksi Pada Operasional Manufaktur Yang Efektif. *Sanskara Manajemen Dan Bisnis*, 1(03), 197–203. <https://doi.org/10.58812/smb.v1i03.182>

Prasetyo, J. A., Desta, M. R. D., Gurusinga, H. B., & Rizal, M. (2026). Peran Decision Support System dalam Mendukung Pengambilan Keputusan Keuangan pada Berbagai Skala Usaha (Kecil, Menengah, dan Besar) di Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 4(2), 11-16.

Rhamadani, S. F., & Sisdianto, E. (2024). Urgensi akuntansi lingkungan dalam meningkatkan daya saing perusahaan di pasar global era digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(12), 477- 490.
<https://doi.org/10.61722/jiem.v2i12.3265>

Sasoko, D. M., & Mahrudi, I. (2022). Teknik analisis SWOT dalam sebuah perencanaan kegiatan. *Jurnal Studi Interdisipliner Perspektif*, 22(1), 8-19.

Shaifudin, R.N., & Fahrullah, A. (2020). Peran Nazhir Dalam Mengelola Harta Benda Wakaf. *Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5, 95-105.

Soesanto, S. (2022). Akuntansi Lingkungan Menuju Ekonomi Hijau Perspektif Relasi Natural Sustainability Dengan Keberlanjutan Bisnis. *Account*, 9(1), 1581–1589. <https://doi.org/10.32722/acc.v9i1.4580>

Tarigan, A. P. B., Pratiwi, Y., & Santoso, R. N. (2024). Analisis SWOT Pada J. Co Donuts & Coffe Dan Dunkin'Donuts. *Jurnal Ilmu Bisnis dan Ekonomi Islam*, 1(2), 15-28.

Zainuri, R., & Setiadi, P. B. (2023). Tinjauan literatur sistematis: Analisis SWOT dalam manajemen keuangan perusahaan. *Jurnal Maneksi*, 12(1), 22–29. P ISSN 2302-9560, e-ISSN 2597-4599.