

## ANALISIS BUSINESS MODEL CANVAS MENGGUNAKAN PENDEKATAN SWOT PADA PERUSAHAAN PERKEBUNAN KELAPA SAWIT SG DI KABUPATEN SINTANG PROVINSI KALIMANTAN BARAT

Laksmindra Saptyawati\*, Indah

Prodi Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta

[laksmindra.saptyawati@gmail.com](mailto:laksmindra.saptyawati@gmail.com)\*

### Abstract

Indonesia merupakan salah satu negara penghasil minyak kelapa sawit atau CPO (*Crude palm Oil*) terbesar didunia. Selain menghasilkan CPO, buah kelapa sawit juga di gunakan sebagai bahan baku pembuatan pangan dan non-pangan, bahan bakar alternative, pengembangan biodiesel dan masih banyak lagi lainnya. Perkebunan kelapa sawit SG yang terletak di Kalimantan barat, Kabupaten Sintang, Kecamatan Kelam Permai, merupakan perusahaan yang bergrak dibidang pengolahan sawit yang didirikan sejak tahun 2008. Guna meningkatkan kualitas produksi, perlu dilakukan evaluasi dan analisis bisnisnya. Sehingga tujuan penelitian ini adalah melakukan analisis business model canvas menggunakan metode SWOT pada perusahaan perkebunan kelapa sawit SG. Adapun metode penelitian menggunakan metode kuantitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan pendekatan analisis SWOT, maka perusahaan kelapa sawit SG memanfaatkan peluang yang ada yaitu permintaan tandan buah segar terus meningkat di pasaran dan kebijakan pemerintah yang mendukung usaha perkebunan kelapa sawit. Perkebunan kelapa sawit SG harus tetap menjaga kualitas tandan buah segar yang akan di jual ke pabrik kelapa sawit dan meningkatkan kuantitas hasil panen tandan buah segar agar tetap bisa bersaing di pasar. Sedangkan strategi dengan meminimalkan kelemahan yaitu meningkatkan teknik perawatan perkebunan yang baik. Untuk strategi dengan tetap menjaga hubungan yang baik dengan mitra yaitu perkebunan kelapa sawit SG, adapun strategi untuk meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman adalah selalu bekerjasama dengan Pemerintah Kabupaten Sintang Provinsi Kalimantan Barat.

**Kata kunci:** Business Model Canvas, Perusahaan Kelapa Sawit SG, Analisis SWOT

## **Abstract**

*Indonesia is one of the largest CPO (Crude Palm Oil) producing countries in the world. In addition to producing CPO, oil palm fruit is also used as raw material for food and non-food production, alternative fuels, biodiesel development, and many others. SG's oil palm plantation, which is located in West Kalimantan, Sintang Regency, Kelam Permai District, is a company engaged in palm oil processing that was founded in 2008. In order to improve the quality of production, it is necessary to evaluate and analyze its business. So, the purpose of this study is to analyze the business model canvas using the SWOT method on the SG oil palm plantation company. The research method uses descriptive quantitative methods. The results showed that with a SWOT analysis approach, the SG oil palm company took advantage of the existing opportunities, namely the demand for fresh fruit bunches continued to increase in the market and government policies that supported the oil palm plantation business. SG's oil palm plantations must maintain the quality of fresh fruit bunches that will be sold to palm oil mills and increase the number of fresh fruit bunches harvested in order to remain competitive in the market. While the strategy for minimizing weaknesses is to improve good plantation maintenance techniques. As for the strategy, while maintaining good relations with partners, namely SG's oil palm plantations, the strategy for minimizing weaknesses and avoiding threats is to always cooperate with the Sintang Regency Government, West Kalimantan Province.*

**Keywords:** *Business Model Canvas, The SG. Palm Oil Company, SWOT analysis*

## **PENDAHULUAN**

Indonesia merupakan salah satu negara penghasil minyak kelapa sawit atau CPO (*Crude palm Oil*) terbesar di dunia (Widyaningtyas & Widodo, 2017). Selain menghasilkan CPO, buah kelapa sawit juga di gunakan sebagai bahan baku pembuatan pangan dan non-pangan, bahan bakar alternative, pengembangan biodiesel dan masih banyak lagi lainnya (Alatas, 2015). Salah satu pulau penghasil CPO terbesar di di Indonesia adalah Kalimantan. Hal inilah yang menyebabkan pembukaan perkebunan kelapa sawit di Kalimantan semakin meluas. Salah satu alasan adalah adanya ketersediaan lahan yang luas dan kondisi lahan yang mendukung untuk usaha perkebunan kelapa sawit. Melihat peluang yang cukup besar tersebut maka pada tahun 2008 dibangunlah perkebunan kelapa sawit SG yang terletak di Kalimantan barat, Kabupaten Sintang, Kecamatan Kelam Permai, Desa Merpak Dusun Sabang Laja. Tujuan di dirikannya perkebunan ini adalah untuk menciptakan lapangan pekerjaan dan mengisi lahan kosong agar tetap bisa produktif. Perkebunan SG berasal dari nama ownernya yaitu SIGI yang hingga saat ini telah berkembang dan memiliki banyak cabang bisnis lainnya. Antara lain industri Pengolah Kelapa Sawit (PKS) di Sintang

Kalimantan barat, yang bergerak dalam pengolahan produk tandan buah segar menjadi hasil olahan yang berkualitas tinggi.

Analisis SWOT telah banyak dilakukan oleh penelitian sebelumnya dalam melakukan evaluasi daya saing dan strategis bisnis, antara lain Gudianto, dkk (2022) melakukan penelitian tentang analisis daya saing E-Commerce khususnya Shopee menggunakan metode SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa yang menjadi kekuatan dari Shopee adalah reputasinya. Sedangkan kelemahannya adalah Shopee bukan e-commerce dari Indonesia. Adapun peluangnya adalah keleluasaan ruang dan waktu berbisnis di E-commerce. Sedangkan ancamannya adalah banyaknya kompetitor di bisnis yang sama. Untuk mengurangi ancaman dan kelemahan perlu dilakukan analisa dan menerapkan strategi SWOT. (Gudiato et al., 2022). Rahmawati dan Sutantri (2019) melakukan penelitian tentang analisis strategi peningkatan daya saing bisnis toko surabaya ampel kota kediri menggunakan analisis SWOT. Hasilnya adalah kondisi daya persaingan usaha grosir dan eceran toko surabaya ampel kota kediri adalah masalah permodalan, produk berkualitas, lokasi dan harga. Berdasarkan analisis SWOT, usaha grosir dan eceran toko Surabaya Ampel berada pada kuadran 1, yaitu mendukung strategi yang agresif, dan strategi yang dapat dicapai adalah dengan memberikan layanan yang baik, meningkatkan kualitas produk dan menambah varian produk (Rahmawati, 2019).

Novia, dkk (2021) melakukan analisis daya saing pada UKM keripik nangka di Kabupaten Malang dengan menggunakan matriks SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya untuk meningkatkan daya saing UKM keripik nangka di Kabupaten Malang dapat dilakukan dengan beberapa prioritas antara lain, peningkatan kualitas dengan menyesuaikan Strandart nasional Indonesia (SNI). Salah satu keunggulan produk UKM ini adalah tidak menggunakan bahan pengawet. Selanjutnya, lokasi pemasaran keripik nangka memanfaatkan teknologi informasi guna meningkatkan penjualan. Selain itu juga meningkatkan keterampilan karyawan dengan melakukan pelatihan dengan dukungan lembaga pemerintah dan lembaga pendidikan. Terakhir, UKM ini juga meningkatkan produksi keripik nangka dengan menentukan harga jual sesuai dengan kualitas (Novia et al., 2021).

Selanjutnya penelitian Sulistyani, dkk (2020) melakukan analisis penerapan strategi pemasaran dalam upaya peningkatan daya saing UMKM menggunakan analisis SWOT pada keripik pisang Tunas Metro. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh home industri kripik pisang ini adalah kedekatan personal dan dari toko ke toko saja. Minimnya pemahaman pengelolaan digital menjadikan pemilik belum memanfaatkan teknologi secara optimal. Berdasarkan analisis SWOT yang dilakukan, yang perlu dilakukan adalah mempertahankan harga dan kualitas produk, menjalin kerjasama yang saling menguntungkan dengan mitra, meningkatkan jumlah produksi, menjaga kualitas produk, merubah desain kemasan menjadi lebih menarik, memanfaatkan teknologi sebagai sarana promosi, meningkatkan modal usaha, dan melakukan perluasan wilayah pemasaran (Sulistyani et al., 2020).

## TINJAUAN PUSTAKA

Analisis SWOT atau metode *Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats* menurut Osterwalder & Pigneur (2010), analisis SWOT adalah metode yang banyak digunakan dalam Analisis bisnis dan merupakan metode untuk melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari sebuah bisnis (Leigh, 2009). Adapun subyek pada penelitian ini adalah pabrik kelapa sawit dan perkebunan kelapa sawit di Kabupaten Sintang Provinsi Kalimantan Barat.

Sumber data yang digunakan merupakan data primer yaitu data yang langsung diperoleh dari subyek penelitian (Pramiyati et al., 2017). Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara antara perusahaan kelapa sawit SG dan perkebunan kelapa sawit dengan 9 element Business Model Canvas (GURL, 2017).

Business Model Canvas atau BMC merupakan alat pembuat model bisnis yang sangat populer dalam bidang keriwusahaan karena mampu menggambarkan elemen inti dalam bisnis dengan mudah dalam satu lembar kanvas. Selain itu BMC juga mudah untuk diubah-ubah sesuai model bisnisnya (Hermawan & Pravitasari, 2013). BMC juga digunakan untuk menjelaskan, memvisualisasikan, menilai, dan mengubah suatu model bisnis, agar mampu menghasilkan kinerja yang lebih optimal (Murray & Scuotto, 2015).

## METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif yaitu metode yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi secara aktual dan rinci, Identifikasi masalah, membuat evaluasi dengan menggambarkan atau menjabarkan temuan di lapangan (Sally & Hidayati, 2021). Adapun metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus, dimana penulis dapat melakukan penelitian mendalam sehingga dapat mengetahui secara lengkap gambaran mengenai keadaan perusahaan (Djaelani, 2013). Dalam penelitian, penulis menggunakan metode Business Model Canvas yang terdiri dari 9 (sembilan) elemen yaitu Customer Segment, Value Proposition, Saluran, Hubungan Pelanggan, Aliran Pendapatan, Sumber Daya Utama, Kunci Kegiatan, Kemitraan Utama, Struktur Biaya. Selanjutnya, dari hasil tersebut akan dapat penyusunan analisis SWOT.

Teknik pengumpulan data dengan menggunakan wawancara, dan teknik wawancara yang dilakukan adalah wawancara semi terstruktur dimana wawancara yang dilakukan bisa saja berubah sesuai dengan keadaan dan jawaban yang diberikan oleh narasumber (Fadhallah & Psi, 2021). Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk menguji adakah data dengan menggunakan metode triangulasi yaitu teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai sumber data termasuk sumber data yang telah tersedia.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil analisis SWOT pada perusahaan perkebunan SG adalah sebagai berikut:

### 1. Kekuatan (Strengths)

- a. Produk tandan buah segar bermutu sesuai persyaratan pabrik kelapa sawit.
- b. Bekerjasama dengan pabrik pengolah tandan buah segar, perusahaan jual beli tandan buah segar dan pemerintah Kalimantan Barat.
- c. Lokasi lahan yang tidak jauh dari pabrik kelapa sawit memudahkan untuk memasarkan tandan buah segar.

### 2. Kelemahan (Weaknesses)

- a. Kurangnya teknik perawatan perkebunan yang baik
- b. Kurangnya bahan baku perawatan untuk perkebunan
- c. Mahalnya harga bahan baku perawatan perkebunan
- d. Belum bisa menghasilkan tandan buah segar dalam kuantitas yang besar

### 3. Peluang (Opportunities)

- a. Permintaan tandan buah segar terus meningkat di pasaran
- b. Kebijakan pemerintah yang mendukung usaha perkebunan kelapa sawit

### 4. Ancaman (Threats)

- a. Adanya produk substitusi
- b. Harga bahan baku perawatan perkebunan terus meningkat
- c. Politik yang tidak stabil mempengaruhi harga tandan buah segar di pasaran dan kebijakan pemerintah tentang tata cara pembukaan lahan

Adapun Business Model Canvas hasil analisa pabrik kelapa sawit SG ditunjukkan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil analisa Business Model Canvas pabrik kelapa sawit SG

Business Model Canvas				
Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pemerintah Kalbar</li> <li>• Pabrik kelapa sawit</li> <li>• Perusahaan Jual beli tandan buah segar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Insentififikasi Lahan</li> <li>• Memilih bibit unggul bersertifikat dan pupuk</li> <li>• Pemasaran tandan buah segar ke Pabrik kelapa sawit</li> <li>• Melalui</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• tandan buah segar yang bermutu sesuai persyaratan Pabrik kelapa sawit</li> <li>• Kemampuan untuk memasarkan TBS secara langsung ke Pabrik kelapa</li> </ul>	<p>Memasok sesuai dengan waktu dan mutu buah yang di sepakati</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pabrik kelapa sawit</li> </ul>

	perusahaan jual beli tandan buah segar	sawit • melalui Perusahaan jual beli tandan buah segar • Menerima harga jual tandan buah segar sesuai harga yang di tentukan		
	<b>Key Resources</b> • Fisik: Lahan Kebun, Bibit dan Pupuk • SDM: Tenaga Kerja • Finansial: Modal Kerja		<b>Channels</b> Saluran langsung: Menjual tandan buah segar Pabrik kelapa sawit melalui Perusahaan jual beli tandan buah segar	
<b>Cost Structure</b>			<b>Revenue Streams</b>	
• Biaya Tetap: Lahan, Tenaga kerja dan Air • Biaya Variabel: Bibit, Pupuk, Pemasaran, Angkut dan Perawatan			Penjualan tandan buah segar kelapa sawit	

Berdasarkan Tabel 1, maka perbaikan yang harus dilakukan pada perusahaan sawit SG adalah sebagai berikut:

**a. Strategi S-O**

Strategi S-O diciptakan dengan menggunakan seluruh kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Kekuatan perkebunan kelapa sawit SG berada pada produk tandan buah segar yang bermutu sesuai persyaratan pabrik kelapa sawit. Bekerjasama dengan pabrik pengolah tandan buah segar, perusahaan jual beli dan pemerintah Kalimantan Barat serta lokasi lahan yang tidak jauh dari pabrik kelapa sawit memudahkan untuk memasarkan tandan buah segar.

Kekuatan ini bisa untuk memanfaatkan peluang yang ada yaitu permintaan tandan buah segar terus meningkat di pasaran dan kebijakan pemerintah yang mendukung usaha perkebunan kelapa sawit. Perkebunan kelapa sawit SG harus tetap menjaga kualitas tandan buah segar yang akan di jual ke pabrik kelapa sawit dan meningkatkan kuantitas hasil panen tandan buah segar agar tetap bisa bersaing di pasar.

**b. Strategi W-O**

Strategi W-O ini di implementasikan dengan memanfaatkan peluang yang ada dengan meminimalkan kelemahan yang terdapat pada perkebunan kelapa sawit SG. Mengatasi kelemahan dan mengambil kesempatan yang ada dengan meningkatkan teknik perawatan perkebunan yang baik

### c. Strategi S-T

Strategi S-T merupakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk untuk menghindari ancaman yang ada. Ancamannya yaitu terdiri dari adanya produk substitusi, harga bahan baku perawatan perkebunan terus meningkat dan politik yang tidak stabil mempengaruhi harga tandan buah segar di pasaran dan kebijakan pemerintah tentang tata cara pembukaan lahan. Perkebunan kelapa sawit SG harus menggunakan strategi agar bisa bersaing yaitu dengan tetap menjaga hubungan yang baik dengan mitra perkebunan kelapa sawit SG

### d. Strategi W-T

Strategi W-T ini didasarkan dari menciptakan strategi untuk meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman. Pada strategi ini perkebunan kelapa sawit SG harus bekerja sama dengan perusahaan Penyedia bahan baku perawatan perkebunan kelapa sawit hal ini di lakukan untuk menghadapi ancaman yang ada.

Berdasarkan hasil analisa diatas maka susunan Business Model Canvas yang baru disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Business model canvas baru setelah analisis SWOT pada perusahaan sawit SG

Business Model Canvas				
Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Pemerintah Kalbar</li> <li>✓ Pabrik kelapa sawit</li> <li>✓ Perusahaan jual beli tandan buah segar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Insentifikasi Lahan</li> <li>✓ Memilih bibit unggul bersertifikat dan pupuk</li> <li>✓ Pemasaran tandan buah segar ke pabrik kelapa sawit melalui perusahaan jual beli tandan buah segar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Tandan buah segar yang bermutu sesuai persyaratan pabrik kelapa sawit</li> <li>✓ Kemampuan untuk memasarkan tandan buah segar secara langsung ke perusahaan melalui Perusahaan jual beli</li> <li>✓ Menerima harga jual sesuai harga yang di</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Memasok sesuai dengan waktu dan mutu buah yang di sepakati</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Pabrik kelapa sawit</li> </ul>
	<p><b>Key Resources</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Fisik: Lahan Kebun, Bibit dan Pupuk</li> <li>✓ SDM: Tenaga Kerja</li> <li>✓ Finansial:</li> </ul>		<p><b>Channels</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Saluran langsung: Menjual tandan buah segar ke pabrik kelapa</li> </ul>	

	Modal Kerja	tentukan	sawit melalui perusahaan jual beli tanda buah segar.	
<b>Cost Structure</b>				<b>Revenue Streams</b>
✓	Biaya Tetap: Lahan, Tenaga kerja dan Air			Tandan buah segar kelapa sawit
✓	Biaya Variabel: Bibit, Pupuk, Pemasaran, Angkut dan Perawatan			

Berdasarkan Tabel 2 maka hasil analisa yang dapat digunakan oleh pabrik kelapa sawit SG adalah sebagai berikut:

**1. Customer Segments (Segmen Pelanggan)**

Segmen pelanggan dari perkebunan kelapa sawit SG adalah pabrik kelapa sawit khususnya wilayah kota Sintang

**2. Value Propositions (Proposisi Nilai)**

Proposisi nilai merupakan alasan mengapa konsumen memerlukan/membeli produk dari perkebunan kelapa sawit SG. Value Proposition dari perkebunan kelapa sawit SG adalah tandan buah segar yang bermutu sesuai persyaratan pabrik kelapa sawit, kemampuan untuk memasarkan tandan buah segar secara langsung ke pabrik kelapa sawit melalui perusahaan jual beli tandan buah segar dan menerima harga jual tandan buah segar sesuai harga yang di tentukan

**3. Channels (Saluran)**

Saluran merupakan gambaran bagaimana Perkebunan kelapa sawit SG bisa berkomunikasi dengan konsumen untuk memberikan Value Propositions. Channels dari Perkebunan kelapa sawit SG adalah saluran langsung: menjual tandan buah segar ke pabrik kelapa sawit melalui Perusahaan jual beli tandan buah segar.

**4. Customer Relationships (Hubungan Pelanggan)**

*Customer Relationships* merupakan gambaran hubungan Perkebunan kelapa sawit SG dengan pelanggannya yaitu perkebunan kelapa sawit SG adalah sebagai memasok tandan buah segar sesuai dengan waktu dan mutu buah yang di sepakati.

**5. Key Resources (Sumber Daya Utama)**

*Key Resources* adalah gambaran aset penting yang di perlukan perkebunan kelapa sawit SG agar semua model bisnis bisa berfungsi dan di gunakan sebagai penunjang dalam kegiatan usaha.

Key Resources kelapa sawit SG adalah sebagai berikut:

- Fisik: lahan kebun, bibit dan pupuk
- SDM: tenaga kerja
- Finansial: modal kerja

## 6. *Key Activities (Aktivitas Kunci)*

*Key Activities* merupakan gambaran hal-hal penting yang harus di lakukan oleh perkebunan kelapa sawit SG agar model bisnis dapat berjalan dengan baik. Adapun aktifitas kunci dari perkebunan kelapa sawit SG adalah insentififikasi lahan, memilih bibit unggul bersertifikat dan pupuk, dan pemasaran tandan buah segar ke pabrik kelapa melalui perusahaan jual beli tandan buah segar.

## 7. *Key Partners (kemitraan Utama)*

*Key Partners* merupakan gambaran hubungan kemitraan yang di lakukan oleh dari perkebunan kelapa sawit SG kepada pihak lainnya. Hal di gunakan untuk menunjang aktivitas bisnis yang di laksanakan. Dimana kemitraan utama perkebunan kelapa sawit SG adalah pemerintah Kalimantan Barat, pabrik kelapa sawit dan perusahaan Jual beli tandan buah segar.

## 8. *Cost Structure (Struktur Biaya)*

*Cost Structure* dari Perkebunan kelapa sawit SG ada dua yaitu sebagai berikut:

- Biaya Tetap: Lahan, Tenaga kerja dan Air
- Biaya Variabel: Bibit, Pupuk, Pemasaran, Angkut dan Perawatan

## 9. *Revenue Streams (Arus Pendapatan)*

*Revenue Streams* merupakan gambaran uang tunai yang di peroleh dari *Customer Segments*. Arus pendapatan dari Perkebunan kelapa sawit SG adalah penjualan tandan buah segar kelapa sawit.

## PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab di atas, kesimpulannya adalah antara lain, faktor internal yang mempengaruhi perkebunan kelapa sawit SG yaitu kekuatan usaha perkebunan yang menghasilkan produk tandan buah segar tenera yang bermutu sesuai dengan standar pabrik kelapa sawit bekerjasama dengan pabrik pengolah tandan buah segar, perusahaan jual beli tandan buah segar dan pemerintah kalbar dan kelemahan dari perkebunan kelapa sawit SG yaitu belum bisa menghasilkan tandan buah segar dalam kuantitas yang banyak di karenakan permasalahan dalam perkebunan yang di sebabkan oleh salah perawatan tanaman, telat memberikan pemupukan karena stok pupuk yang selalu habis di pasaran dan perkebunan pernah mengalami kebakaran. Kedua, faktor eksternal yang menjadi peluang dari perkebunan kelapa sawit SG yaitu permintaan tandan buah segar terus meningkat di pasaran kebijakan pemerintah yang mendukung usaha perkebunan kelapa sawit peluang ini sangat baik untuk perkebunan kelapa sawit SG untuk mengembangkan perkebunan nya agar bisa memenuhi kebutuhan pasaran dan mendukung perekonomian daerah dan untuk ancaman dari perkebunan kelapa sawit SG sendiri adalah adanya produk substitusi yang bisa menurunkan permintaan akan CPO, harga bahan baku perawatan perkebunan terus meningkat dan yang terakhir adalah politik yang tidak stabil mempengaruhi harga tandan buah segar di pasaran dan kebijakan pemerintah tentang tata cara pembukaan lahan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alatas, A. (2015). Trend produksi dan ekspor minyak sawit (CPO) Indonesia. *AGRARIS: Journal of Agribusiness and Rural Development Research*, 1(2), 114–124.
- Djaelani, A. R. (2013). Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif. *Majalah Ilmiah Pawiyatan*, 20(1), 82–92.
- Fadhallah, R. A., & Psi, S. (2021). *Wawancara*. UNJ PRESS.
- Gudiato, C., Sedyono, E., & Sembiring, I. (2022). Analisis Sistem E-Commerce pada Shopee untuk meningkatkan daya saing menggunakan metode SWOT. *Journal of Information Technology*, 2(1), 6–10.
- Hermawan, A., & Pravitasari, R. J. (2013). Business Model Canvas (Kanvas Model Bisnis). *Akselerasi. Id*, 1–23.
- Leigh, D. (2009). SWOT analysis. *Handbook of Improving Performance in the Workplace: Volumes 1.3*, 115–140.
- Murray, A., & Scuotto, V. (2015). The business model canvas. *Symphonya. Emerging Issues in Management*, 94–109.
- Novia, C., Saiful, S., & Utomo, D. (2021). Analisis SWOT peningkatan daya saing pada UKM keripik nangka di Kabupaten Malang. *Teknologi Pangan: Media Informasi Dan Komunikasi Ilmiah Teknologi Pertanian*, 12(1), 61–69.
- Pramiyati, T., Jayanta, J., & Yulnelly, Y. (2017). Peran Data Primer Pada Pembentukan Skema Konseptual Yang Faktual (Studi Kasus: Skema Konseptual Basisdata Simbumi). *Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 8(2), 679–686.
- Rahmawati, S. (2019). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Bisnis Toko Surabaya Ampel Kota Kediri. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 1(2), 90–117.
- Sally, K., & Hidayati, A. (2021). Business Model Canvas Hotel NYC. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 4(2), 101–110
- Sulistiyani, S., Pratama, A., & Setiyanto, S. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing Umkm. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 31–39.
- Widyaningtyas, D., & Widodo, T. (2017). Analisis pangsa pasar dan daya saing CPO Indonesia di Uni Eropa. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 18(2), 138–145.