



Analisis Strategi Pemasaran Jasa Menghadapi Pesaing Terhadap Usaha Laundry (QNC Laundry Toddopuli)

Andi Sawe Riesso^{1*}, Nurlaila Syarfiah Asfo², Suharto³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi Universitas Patempo

Article History

Received Oktober 25, 2022
Approved November 30, 2022
Published Desember 31, 2022

Keywords

Service Marketing Strategy Facing Competitors, Laundry Business

JEL Classification

M10

How to Cite

Sawe Riesso, A., Syarfiah Asfo, N., Soeharto. 2022. Analisis Strategi Pemasaran Jasa Menghadapi Pesaing Terhadap Usaha Laundry (QNC Laundry Toddopuli). *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 3(2). 437-447

Abstract

This study aims to analyze the effect of people's income, interest rates and inflation on savings in Indonesia. The independent variables in this study are people's income, interest rates and inflation, while the dependent variable is the amount of savings. The population in this study is data on public income, interest rates and inflation, while 15 samples were used, namely from 2005 to 2019. The research data was obtained from publications from the Central Bureau of Statistics (BPS) and Bank Indonesia. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. Based on the results of data analysis conducted in this study, it can be concluded that: (1) people's income has a positive effect on saving in Indonesia; (2) interest rates and inflation have no effect on savings in Indonesia.

*Andi Sawe Riesso

Jl. Toddopuli 7 No 37, Kelurahan Borong Kecamatan Manggala, Makassar. 90242

e-mail: andisaweriesso@unpatempo.ac.id

PENDAHULUAN

Kegiatan bisnis melibatkan berbagai pihak yang berpengaruh dan mempunyai kepentingan yang berbeda. Kondisi seperti ini memiliki ketidakpastian di masa yang akan datang. Oleh karena itu kita perlu mempertimbangkan hal-hal tertentu dalam



melakukan atau memulai suatu bisnis, dimana pertimbangan tersebut didapat melalui berbagai studi dengan menggabungkan berbagai aspek-aspek tertentu mengenai kelayakan suatu bisnis usaha atau pun proyek yang akan dijalankan. Hasil dari penilaian studi tersebut dapat menjadi bahan keputusan apakah bisnis tersebut dapat dan layak dijalankan, ditunda atau juga dapat dihentikan.

Akibat dari covid-19 yang dua tahun belakangan ini telah melanda Indonesia menyebabkan terjadinya krisis ekonomi dalam negeri. Namun ternyata masih banyak Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang mampu bertahan dan berkembang. UMKM memiliki kemampuan dalam penyediaan barang dan jasa bagi konsumen dan memberikan kontribusi besar dalam peningkatan devisa negara. UMKM juga berperan penting dalam penyediaan tenaga kerja ditengah laju pertumbuhan penduduk yang terus meningkat. UMKM saat ini mengalami peningkatan yang sangat pesat, mengingat peluang bisnis di bidang ini sangat menjanjikan. Para pengusaha harus mempertajam visi dan misi karena persaingan bisnis global yang semakin meningkat. Persaingan yang ketat akan berdampak pada kinerja suatu UMKM. Keadaan ini akan dihadapi oleh usaha laundry yang termasuk kategori usaha mikro. Usaha QNC Laundry Toddopuli belakangan ini mengalami perkembangan yang cukup pesat, dengan mengindikasikan adanya persaingan yang sangat ketat, sebagai sebuah usaha mikro yang bergerak di bidang jasa.

Untuk meminimalkan meleset nya tujuan perusahaan yang akan dicapai, maka peting dilakukannya identifikasi masalah di masa yang akan datang, yakni melalui studi kelayakan bisnis. Studi ini memperhitungkan peluang serta hambatan yang terdapat dalam investasi yang akan dijalankan. Dengan kata lain studi kelayakan bisnis ini menjadi acuan dan pedoman bagi suatu usaha yang akan dijalankan nantinya.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka tujuan kajian ini yaitu untuk mengetahui apakah yang menjadi faktor kekuatan (*streanght*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) QNC Laundry Toddopuli untuk menentukan strategi pemasaran dalam menghadapi persaingan.

METODE PENELITIAN

1. Populasi dan Sampel.

Populasi penelitian adalah pelanggan perseorangan atau pelanggan Rumah tangga yang pernah menggunakan jasa QNC Laundry, yang berlokasi di Toddopuli Kecamatan Rappocini Kota Makassar. Pelanggan ini pernah menggunakan jasa perusahaan yang sama sehingga diyakini mampu memberikan informasi yang berkaitan dengan perusahaan yang sedang diteliti.

2. Pengumpulan Data.

Data primer diperoleh melalui proses tanya jawab (wawancara terbuka) kepada pemilik QNC laundry yaitu Daniel Christian Tarigan mengenai aspek-aspek lingkungan internal (SW) dan lingkungan eksternal (OT) serta strategi pemasaran jasa (*product, price, promotion, place, people, process, phisycal evidence*) yang dilakukan dalam menghadapi pesaing. Data sekunder diperoleh dari laporan



perusahaan QNC Laundry mengenai data penjualan, sejarah berdiri dan perusahaan yang dinilai pesaing.

3. Analisis Data.

Alat analisis menggunakan pendekatan SWOT, dimulai dengan mengidentifikasi faktor-faktor Internal dan eksternal. Setelah faktor-faktor teridentifikasi maka dilakukan pembobotan secara ranking (Rangkuti, 2013). Bobot dikalikan rating setiap faktor guna mendapatkan skor untuk faktor-faktor tersebut. Bobot dihitung dari angka 0.0 (tidak penting) sampai 1.0 (sangat penting). Jumlah bobot setiap komponen SWOT adalah 1. Dalam menetapkan rating harus dibandingkan posisi setiap faktor dengan perusahaan pesaing. Rating opportunity mulai dari angka 1 (dibawah rata-rata), 2 (rata-rata), 3 (diatas rata-rata) dan 4 (sangat baik). Hasil analisis SWOT apakah mengungguli pesaing berdasarkan nilai score faktor opportunity (+), threat (-), dan faktor strength (+) atau weakness (-); akan menentukan arah strategi dalam 4 kuadran rekomendasi strategi SWOT dan total nilai skor akan menentukan alternatif strategi pada matriks SWOT.

HASIL DAN DISKUSI

1. Analisis SWOT

Analisis Faktor Lingkungan Internal (IFAS). Strategi matriks IFAS (internal factor analysis Summary) merupakan rumusan analisis lingkungan internal. Matriks ini memberikan rangkuman dan evaluasi kekuatan dan kelemahan utama dalam berbagai bidang fungsional suatu unit usaha di lingkungan industrinya. Matriks IFAS juga memberikan dasar pengenalan dan evaluasi hubungan antar bidang-bidang fungsional tersebut.

a. Kekuatan

1) Pelayanan yang Baik Kepada Konsumen.

Pelayanan yang baik akan memberikan rasa kepuasan terhadap konsumen. Kepuasan akan tercapai apabila harapan konsumen dalam mendapatkan pelayanan mampu dipenuhi (Tjiptono, F., 2004). Dalam menghadapi pesaing guna menarik dan mempertahankan konsumen, QNC Laundry mengutamakan kualitas pelayanan yang memberikan rasa kepuasan kepada pelanggan. Kualitas pelayanan dalam bentuk; sikap yang ramah dan sopan, kemampuan berkomunikasi kepada konsumen, memberikan jaminan ganti rugi apabila terjadi kerusakan dan kehilangan, dan memberikan kemudahan bagi dengan jasa tambahan antar-jemput pakaian, memberikan konsumen rasa aman dan percaya dalam menggunakan jasa laundry. Dengan memberikan pelayanan demikian diharapkan posisi QNC Laundry akan lebih baik dibanding dengan pesaingnya.

2) Suasana Kerja yang Bersifat Kekeluargaan dan Gotong Royong

Suasana dalam sebuah proses operasi berpengaruh terhadap hasil kerja. Suasana nyaman dan karyawan yang saling membantu, dapat menciptakan



semangat kerja yang lebih tinggi dan baik antar karyawan. Karyawan yang efektif merupakan tim kerja yang anggota-anggotanya saling berkolaborasi untuk mencapai tujuan bersama dan memiliki sikap saling mendukung dalam kerjasama tim (Burn, 2004). QNC Laundry sebagai usaha jasa memiliki karyawan yang loyal dan tidak pernah berganti sejak berdiri. Rasa kekeluargaan antara pemilik dan karyawan sangat mempengaruhi suasana kerja yang bersifat gotong royong (saling membantu) dan memberi rasa nyaman kepada karyawan untuk bekerja. Setiap karyawan memiliki tugas masing-masing, namun karyawan juga saling membantu saat membutuhkan dukungan dalam pengerjaan, dan pemilik juga selalu mengawasi setiap pekerjaan dan membantu karyawan. Hal tersebut memberikan rasa tanggung jawab yang besar kepada karyawan untuk maksimal terhadap tugasnya.

3) Pengawasan Proses Produksi

Pengawasan sangat penting untuk kelancaran pelaksanaan proses produksi agar dapat berjalan secara efektif dan efisien. Pengawasan bertujuan untuk mengendalikan dan memeriksa kegiatan yang telah dan sedang dilakukan untuk tercapainya harapan atas kegiatan tersebut (Assauri, 2008). Dalam proses operasional, QNC Laundry turut serta dengan mengawasi setiap kegiatan. Pengawasan dilakukan untuk memeriksa dan mengarahkan karyawan agar dapat bekerja secara efektif dan efisien. Proses produksi yang baik akan memberikan hasil yang memuaskan sesuai dengan harapan konsumen, sehingga terpenuhinya rasa puas konsumen terhadap penggunaan jasa laundry.

b. Kelemahan

1) Tidak Menggunakan Teknologi yang Canggih

Teknologi sangat mempengaruhi operasional laundry, mulai dari proses pencucian hingga proses setrika pakaian untuk hasil yang lebih maksimal. Dalam usaha laundry, mesin cuci dan alat setrika menjadi faktor paling penting dalam proses operasional untuk hasil yang lebih maksimal. QNC Laundry tidak menggunakan teknologi yang canggih dalam proses operasionalnya. QNC Laundry menggunakan mesin cuci 2 tabung (twin tube) top loading dan setrika listrik biasa. Ada beberapa kekurangan dalam menggunakan mesin cuci 2 tabung yaitu; butuh lebih banyak air, cara pengoperasian yang masih manual memerlukan campur tangan manusia untuk memindahkan pakaian ke tabung lainnya setelah mencuci, dan untuk pakaian berbahan tertentu bisa berubah bentuk menjadi lebih lebar atau kancing yang terlepas karena proses pencucian dan pembilasan terjadi dengan memusarkan cucian dalam air, serta kemampuan mengeringkan hanya 70%. Dalam penggunaan setrika listrik seperti yang digunakan pada QNC Laundry ada beberapa kekurangan yaitu : setrika membutuhkan daya



listrik yang cukup tinggi, beresiko tinggi merusak pakaian dan sablon pada pakaian, waktu pengerjaan relatif lama dan butuh cairan pelicin pakaian.

2) Pengelolaan Keuangan yang Tidak Efisien

Keuangan merupakan modal utama terhadap keberlangsungan hidup suatu perusahaan. Setiap usaha harus mampu mengelola keuangan atau memiliki manajemen keuangan yang baik. Dalam mengelola keuangan, perusahaan berusaha memperoleh dana dengan biaya yang murah serta menggunakan dan mengalokasikannya secara efisien (Sutrisno, 2003). Dalam keuangan, QNC Laundry termasuk kurang efisien dimana semuanya dilakukan secara manual oleh pemilik, baik dalam pembukuan dan pengelolaan pendapatan. Pembukuan masih menggunakan pencatatan buku yang ditulis tangan, tanpa sistem akuntansi, sehingga sangat mengindikasikan terjadinya kesalahan dalam perhitungan. Dalam keuangan, pemilik tidak melakukan pencatatan pengeluaran yang dilakukan untuk biaya operasional laundry.

3) Kurang Promosi

Dalam upaya menarik minat dan perhatian konsumen terhadap suatu produk/pelayanan, setiap perusahaan harus melakukan promosi. Promosi adalah cara yang digunakan untuk memberitahukan, membujuk dan mengingatkan tentang produk perusahaan (Stanton, 2006). Promosi yang dilakukan QNC Laundry hanya menggunakan banner yang sudah tidak jelas terbaca. Tidak ada papan nama ataupun spanduk mencolok untuk menarik minat ataupun menarik perhatian konsumen potensial. Selain itu, QNC Laundry juga tidak memanfaatkan promosi lainnya seperti brosur ataupun iklan, sehingga kurang menarik konsumen. Hasil penelitian ini dapat dilihat pada Tabel berikut ini.

Tabel 1. Matriks Internal Faktor Analysis Summary (IFAS) QNC Laundry

No.	Internal Faktor	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (Strength)				
1	Pelayanan yang baik kepada konsumen	0.20	4	0.80
2	Terbinanya suasana kerja yang bersifat kekeluargaan dan gotongroyong	0.10	3	0.30
3	Pengawasan proses produksi dilakukan secara langsung oleh pemilik	0.20	3	0.60
Total Skor Strengths				1.70
Kelemahan (Weakness)				
1	Tidak menggunakan teknologi yang canggih	0.20	2	0.40
2	pengelolaan keuangan yang tidak efisien	0.15	2	0.30
3	Kurangnya melakukan promosi	0.15	1	0.15
Total Skor Weakness				0.85
TOTAL		1		2.55

Sumber: Pengolah data primer, 2022.



Analisis Faktor Lingkungan Eksternal (EFAS), Matriks EFAS (Eksternal factor analysis Summary) digunakan untuk merangkum peluang dan ancaman pada suatu unit usaha. Analisis matriks EFAS dilakukan perhitungan yang sama dengan cara menemukan matriks IFAS.

c. Peluang

1) Gaya Hidup Masyarakat

Kesibukan atau aktivitas yang banyak akan mempengaruhi gaya hidup masyarakat untuk memanfaatkan layanan jasa guna menghemat waktu. Menurut Sutisna (2002), gaya hidup secara garis besar didefinisikan sebagai kecenderungan dalam hidup yang diidentifikasi dengan bagaimana orang menghabiskan waktunya (activities), apa yang dianggapnya penting dalam lingkungan (interest), dan bagaimana orang tersebut memikirkan diri dan dunia sekelilingnya (opinion). QNC Laundry beroperasi di lingkungan masyarakat dengan mayoritas sebagai mahasiswa yang memiliki banyak kegiatan baik internal dan eksternal kampus. Dengan demikian, mahasiswa adalah pasar potensial QNC Laundry.

2) Dukungan Pemerintah untuk Memajukan Sektor UMKM.

Pemerintah mendukung sektor UMKM salah satunya dengan pemberian Kredit Usaha Rakyat (KUR) guna membantu setiap unit usaha memperoleh pinjaman uang untuk tambahan modal. UMKM dapat mengajukan pinjaman dengan memenuhi persyaratan, ke beberapa bank yang telah ditetapkan. Ada beberapa peraturan yang menjadi landasan hukum KUR yakni: Peraturan Presiden Nomor 2 Tahun 2008 tentang Lembaga Penjaminan, pengumuman Pemerintah melalui keputusan Menteri Koordinator Bidang Perekonomian No.22 Tahun 2009 tentang komite KUR, dan Inpres No. 6 Tahun 2007 Tanggal 8 Maret 2007 tentang Kebijakan Percepatan Sektor Riil dan Pemberdayaan UMKMK guna meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia (www.komite-kur.com).

d. Ancaman

1) Pesaing Baru

Usaha laundry yang sedang berkembang pesat memunculkan banyak pesaing baru sebagai penantang pasar dengan penawaran dan harga yang bervariasi. Bertambahnya pengusaha usaha sejenis meningkatkan persaingan merebut dan mempertahankan konsumen. Menurut Porter (dalam Pearce dan Robinson, 2008), pendatang baru dapat membahayakan perusahaan lama karena menghasilkan kapasitas produksi tambahan, dimana kapasitas ini akan menekan agar biaya bagi pembeli rendah dan berakibat turunnya penjualan dan laba bagi perusahaan dalam industri tersebut. Pesaing QNC Laundry yang pada awalnya berjumlah 5 laundry



saat ini meningkat menjadi 10, yaitu dengan adanya Vivi Laundry, Bajukotor.com, Universal Laundry, Sary Laundry dan Sejahtera Laundry.

2) Sewa Tempat yang Terus Meningkat

Sebuah perusahaan harus memiliki tempat mendirikan usaha untuk mempermudah akses/hubungan dengan konsumen. Tempat merupakan lokasi saluran distribusi kegiatan pemasaran yang melancarkan dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen ke konsumen (Tjiptono, 2008). Adapun QNC Laundry masih menyewa tempat yang bukan milik pribadi. Harga sewa ruko terus meningkat. QNC Laundry memulai usaha dengan menyewa ruko pada Tahun 2009 seharga Rp.7.500.000,00, dan terus meningkat hingga pada Tahun 2022 harga sewa menjadi Rp.20.000.000,00.

3) Hubungan Emosional dengan Masyarakat

Bidang komunikasi memberi informasi dan membuat konsumen potensial menyadari keberadaan produk. Komunikasi berusaha membujuk konsumen saat ini dan konsumen potensial berhasrat masuk dalam hubungan jual beli atau pertukaran (Sutisna, 2002).

Tabel 2. Matriks Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS) QNC Laundry

No.	Eksternal Faktor	Bobot	Rating	Skor
<i>Peluang (Opportunities)</i>				
1	Gaya hidup masyarakat terhadap penggunaan jasa laundry	0.25	4	1.00
2	Dukungan pemerintah untuk memajukan sektor UMKM	0.20	3	0.60
Total Skor Opportunities				1.60
<i>Ancaman (Threats)</i>				
1	Banyaknya pesaing baru	0.15	2	0.30
2	Harga sewa tempat yang terus meningkat	0.15	1	0.15
3	Hubungan emosional yang kurang baik antara masyarakat dengan salah satu keluarga pemilik QNC Laundry	0.25	2	0.50
Total Skor Threats				0.95
TOTAL		1		2.55

Sumber: Hasil Olahan data Primer, 2022

2. Matriks SWOT

Matriks SWOT mengindikasikan langkah-langkah kongkrit yang sebaiknya dilakukan oleh QNC Laundry. Berbagai alternatif strategi dapat dirumuskan berdasarkan model analisis matriks SWOT. Strategi utama yang disarankan ada empat macam, yaitu SO, ST, WO, dan WT.



Tabel 3. Rumusan Kombinasi Strategi Matriks SWOT

IFAS EFAS	Strength(S)	Weakness(W)
Opportunities(O)	Strategi(SO): =1.70+1.60 =3.30	Strategi(WO): =0.85+1.60 =2.45
Threats(T)	Strategi(ST): =1.70+0.95 =2.65	Strategi(WT): =0.85+0.95 =1.80

Sumber:Olahand ata Primer ,2022

Berdasarkan rumusan kombinasi strategi matriks SWOT pada Tabel 4. QNC Laundry perlu memanfaatkan strategi SO yang mempunyai nilai skor tertinggi yaitu 3.30, selanjutnya diikuti strategi ST = 2.65, strategi WO =2.45, dan strategi WT =1.80. Tabel 5. Matriks SWOT QNC Laundry

Tabel 4. Matriks SWOT QNC Laundry

	Strength(S)	Weakness(W)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelayanan yang baik 2. Terbinanya suasana kerja 3. Pengawasan proses produksi dilakukan secara langsung oleh pemilik 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak menggunakan teknologi yang canggih 2. Pengelolaan keuangannya tidak efisien. 3. Kurang melakukan promosi.
Opportunities(O) <ol style="list-style-type: none"> 1. Gaya hidup masyarakat terhadap penggunaan jasa laundry. 2. Adanya dukungan pemerintah untuk memajukan sektor UMKM. 	Strategi S-O <ol style="list-style-type: none"> 1. Mendirikan perusahaan milik pribadi (S1,S2,O1,O2) 2. Meningkatkan kualitas dan mutu pelayanan (S1,S2,S3,O1,O2) 	Strategi W-O <ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan teknologi yang lebih canggih (W1,O1,O2) 2. Memperbaiki pengelolaan keuangan (W2,O1,O2) 3. Meningkatkan promosi (W3,O1,O2)
Threats(T) <ol style="list-style-type: none"> 1. Banyaknya pesaing baru. 2. Harga sewa terus meningkat. 3. Hubungan emosional yang kurang baik antara masyarakat dengan salah satu keluarga pemilik AL. 	Strategi S-T <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kualitas dan mutu pelayanan (S1,S2,S3,T1,T3) 2. Mendirikan perusahaan pribadi (S1,S2,S3,T2) 	Strategi W-T <ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan teknologi yang lebih canggih (W1,T1,T2,T3) 2. Memperbaiki pengelolaan keuangan (W2,T2) 3. Meningkatkan promosi (W3,T1)

Sumber:Olahan data Primer, 2022

3. Implementasi Strategi

Berdasarkan tabel diagram, QNC Laundry berada pada kuadran I dengan alternatif strategi growth yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (growth oriented strategy), yaitu memiliki kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Sama halnya seperti pada analisis matriks SWOT yang kemudian



diteruskan dengan model kuantitatif guna untuk mendapatkan perumusan strategi yang efektif akhirnya diperoleh strategi SO yaitu menggunakan Strength untuk memanfaatkan Opportunities. Dari penyusunan strategi pada matriks SWOT dihasilkan beberapa alternatif strategi antara lain:

- a. Mendirikan tempat usaha pribadi (SO-1) dan (ST-2),
- b. Meningkatkan kualitas dan mutu pelayanan (SO-2) dan (ST-1),
- c. Menggunakan teknologi yang lebih canggih (WO-1) dan (WT-1),
- d. Memperbaiki sistem pengelolaan keuangan (WO-2) dan (WT-2), dan
- e. Meningkatkan promosi (WO-3) dan (WT-3).

KESIMPULAN

1. Beberapa faktor kekuatan QNC Laundry antara lain :
 - a. Pelayanan yang baik terhadap konsumen,
 - b. Terbinanya suasana kerja yang bersifat kekeluargaan dan gotong royong, dan
 - c. Pengawasan produksi yang dilakukan secara langsung oleh pemilik.Sedangkan faktor internal yang menjadi kelemahan QNC Laundry adalah
 - a. Tidak menggunakan teknologi yang canggih
 - b. Pengelolaan keuangan yang tidak efisien, dan
 - c. Kurangnya melakukan promosi.
2. Analisis eksternal menghasilkan beberapa peluang untuk QNC Laundry, yaitu :
 - a. Gaya hidup konsumen terhadap penggunaan jasa laundry,
 - b. Dukungan pemerintah untuk memajukan sektor UMKM.Sedangkan Ancaman yang dihadapi antara lain:
 - a. Banyaknya pesaing baru,
 - b. Biaya sewa yang terus meningkat,
 - c. Hubungan emosional yang kurang baik antara masyarakat dengan salah satu keluarga pemilik QNC Laundry.
3. Hasil analisis menggunakan diagram analisis SWOT menunjukkan bahwa posisi QNC Laundry berada pada kuadran I mendukung strategi Growth, yaitu memiliki peluang dan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada dengan melakukan kebijakan pertumbuhan yang agresif (growth oriented strategy).
4. Berdasarkan kombinasi matriks SWOT, didapatkan strategi yang efektif pada QNC Laundry yaitu strategi SO. Strategi SO adalah strategi yang menggunakan kekuatan (strength) untuk memanfaatkan peluang (opportunities).

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, (2014) Setrika Uap Full LPG Daya Listrik 0 Watt.
<http://juragansetrikauap.com>
- Anonim, (2014). Tips memilih mesin cuci kelebihan dan kekurangannya.
<http://trendmesin.blogspot.nl>
- Assauri, Sofyan. (2008). Manajemen Produksi dan Operasi. Jakarta: LPFEUI.
- Burn, S.M. (2004). Group: Theory and Practice. Canada: Wadsworth.
- David, Fred R. (2004). Manajemen Strategi: Konsep-konsep. Edisi Sembilan. Indeks, Jakarta.



- Kotler, P dan Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 14. Jakarta: Erlangga
- Pearce, J.A. dan R.B. Robinson. (2008). *Manajemen Strategis 10*. Salemba Empat, Jakarta
- Purwanto, I. (2008). *Manajemen Strategi*. CV. Ryama Widya, Bandung.
- Rangkuty, F. (2013). *Analisis SWOT cara perhitungan bobot, rating, dan OCAI*. PT.Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sutisna, (2003). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Sutrisno, (2003). *Manajemen Keuangan (Teori, Konsep, dan Aplikasi)*. Edisi Pertama. Yogyakarta: EKONISIA.
- Tjiptono, F. (2004). *Manajemen Jasa*, Andi. Yogyakarta
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Bisnis Pemasaran*. Andi. Yogyakarta
- Umar, H. (2008). *Manajemen Strategi in Action*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta