

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PADA DOORSMEER SIMPATI DI KECAMATAN RENGAT KABUPATEN INDRAGIRI HULU

MUHKLAS ADI PUTRA¹; MEILYA KARYA PUTRI²; SAID AFRIARIS³

Institut Teknologi dan Bisnis Indragiri
Jln. R. Soeprapto No. 14 Rengat Telp. (0769) 21019
E-mail : muhklas@stieindragiri.ac.id (Korespondensi)

Submit: 12 Agustus 2023

Review: 30 Agustus 2023

Publish: 26 Nopember 2023

*) Korespondensi

Abstract: In its function, a strategy that is planned and implemented has a very important role in the development of a business that is built so that the business activities carried out are getting bigger, so as to generate higher profits and be able to win the tight competition against other competitors. Therefore, in its operational activities, Doorsmeer Simpati requires a precise strategy in order to face competition and business development itself. The research method used is descriptive qualitative analysis research using data collection techniques through interviews, observation and documentation. The results of this study indicate that SWOT analysis on Doorsmeer Simpati can maximize strengths and opportunities, but can simultaneously minimize weaknesses and threats.

Keywords: *Strategy, SWOT*

Doorsmeer Simpati adalah salah satu jenis usaha yang berada di Pinggiran Sungai Indragiri Jalan Narasinga Kelurahan Kampung Besar Kota Kecamatan Rengat Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau yang bergerak di bidang jasa pencucian kendaraan. Doorsmeer Simpati bukanlah satu-satunya jasa pencucian kendaraan bermotor yang ada di daerah tersebut. Banyak juga dijumpai kompetitor sejenis yang menawarkan keunggulannya masing-masing ataupun sesuatu yang dapat dijadikan penarik bagi para konsumen. Selain itu Doorsmeer Simpati tergolong *doorsmeer* baru karena baru beroperasi pada tahun 2019, sehingga *doorsmeer* ini harus menghadapi ketatnya persaingan dengan *doorsmeer* lain yang sudah lebih dulu beroperasi dan telah memiliki banyak pengalaman serta pelanggan tetapnya masing-masing. Hal yang mana menjadi perhatian secara khusus bagi pemilik Doorsmeer Simpati bagaimana menarik minat dari konsumen yang sebelumnya melakukan pencucian pada *doorsmeer* lain.

Oleh karena itu dalam kegiatan operasionalnya Doorsmeer Simpati memerlukan sebuah strategi yang jitu dalam rangka menghadapi persaingan dan

pengembangan usaha itu sendiri. Beberapa hal yang harus menjadi perhatian dalam pengembangan usaha ini adalah mutu serta kualitas pelayanan, promosi yang tepat dan juga adanya suatu pendekatan berupa relasi yang baik dengan para konsumen.

Usaha pencucian kendaraan bermotor (*doorsmeer*) merupakan sebuah usaha bisnis berupa pelayanan jasa yang bergerak di bidang pencucian kendaraan dengan mengutamakan pelayanan dan ketentuan yang sudah ada. Pada umumnya konsumen ataupun masyarakat menggunakan jasa *doorsmeer* ini untuk perawatan terutama kebersihan dari kendaraan pribadi yang dimiliki. Beberapa alasan yang menjadi pertimbangan dari masyarakat menggunakan jasa pencucian kendaraan bermotor ini adalah keterbatasan waktu dan tenaga dari pemilik kendaraan pribadi dalam hal perawatan kebersihan kendaraan, sehingga membutuhkan adanya suatu jasa perawatan kendaraan terutama pencucian kendaraan yang praktis, cepat, dan kebersihan yang terjamin. Sehingga para pemilik kendaraan pribadi tidak perlu lagi menyediakan waktu dan tenaga sendiri

hanya untuk membersihkan kendaraan yang dimiliki.

Dalam fungsinya sebuah strategi yang direncanakan dan diterapkan memiliki peranan yang sangat penting terhadap perkembangan sebuah bisnis yang dibangun agar kegiatan bisnis yang dilaksanakan tersebut semakin besar, sehingga menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi dan mampu memenangkan ketatnya persaingan terhadap para kompetitor yang lain. Kesalahan dalam menentukan dan menjalankan suatu strategi yang tidak tepat dapat menyebabkan kemunduran terhadap usaha bisnis yang dijalankan dan tidak memiliki daya saing yang cukup baik di pasaran, bahkan bisa sampai kepada suatu keadaan dimana usaha tersebut mengalami kebangkrutan atau gulung tikar. Karena itu, sebuah strategi yang akan dijalankan perlu untuk dianalisis kembali apakah sudah efektif dan dapat diterapkan dengan baik nantinya agar tidak sampai merugikan bisnis yang dikelola. Strategi usaha sangatlah berperan penting dan menentukan berhasil atau tidaknya suatu usaha karena menyangkut tentang cara pengelolaan dan pengembangan usaha tersebut agar semakin maju, luas, dan semakin berkembang. Jika strategi yang digunakan tidak efektif maka usaha tersebut tidak akan mampu bersaing dengan usaha-usaha yang lain.

Untuk dapat mencapai suatu tujuan dalam suatu pengembangan bisnis dibutuhkan alat berupa strategi. Menurut Eddy Yunus (2016:27) manajemen strategis merupakan proses atau rangkaian kegiatan pengambilan keputusan yang bersifat mendasar dan menyeluruh, disertai penetapan cara melaksanakannya, yang dibuat oleh pimpinan dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran didalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan. Inti dari manajemen strategis adalah memenangkan persaingan, sehingga perusahaan harus senantiasa menganalisis diri dan memperbaiki diri agar lebih baik dari perusahaan pesaing.

Menurut Fred R. David dan Forest R. David (2019:11) strategi (*strategies*) dimaksudkan untuk pencapaian tujuan jangka

panjang (*long-term objective*). Strategi bisnis mungkin mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengurangan, divestasi, likuidasi dan *joint venture*. Strategi adalah tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan yang besar. Strategi mempengaruhi kesejahteraan jangka panjang organisasi, biasanya paling sedikit lima tahun, dan oleh karena itu berorientasi masa depan. Strategi memiliki konsekuensi multifungsi atau multidimensi dan membutuhkan pertimbangan, baik faktor internal maupun eksternal yang dihadapi oleh perusahaan.

Menurut Fred R. David dan Forest R. David (2019:11) manajemen strategik (*strategic management*) didefinisikan sebagai seni dan sains dalam memformulasi, mengimplementasi, dan mengevaluasi keputusan lintas fungsional yang membuat organisasi dapat memperoleh tujuannya. Manajemen strategic berfokus pada pengintegrasian manajemen, pemasaran, keuangan dan akuntansi, produksi dan operasi, penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi untuk memperoleh kesuksesan organisasi.

Menurut Fred R. David dan Forest R. David (2019:11) proses manajemen strategik (*strategic manajemen process*) terdiri atas 3 (tiga) tahap yaitu formulasi strategi, implementasi strategi dan evaluasi strategi. Menurut Rangkuti (2014:7) pada prinsipnya strategi dapat dikelompokkan berdasarkan 3 (tiga) tipe strategi, yaitu (1) strategi manajemen meliputi strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dengan orientasi pengembangan secara makro, (2) strategi investasi merupakan kegiatan yang berorientasi pada investasi, dan (3) strategi bisnis sering juga disebut dengan strategi bisnis fungsional karena strategi ini berorientasi pada fungsi-fungsi kegiatan manajemen.

Menurut Fred R. David (2011: 168) terdapat 4 (empat) jenis strategi yaitu (1) strategi integrasi memungkinkan sebuah perusahaan untuk mendapatkan kontrol atas

distributor, pemasok, dan pesaing, (2) strategi intensif yaitu penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk, (3) strategi diversifikasi (*diversification strategies*) yaitu diversifikasi terkait dan diversifikasi tak terkait, dan (4) strategi defensif yang terdiri atas pensiutan, divestasi dan likuidasi.

SWOT merupakan singkatan dari *Strength* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Peluang), *Threat* (Tantangan). Situmorang (2009:237) mengatakan analisis SWOT berisi evaluasi faktor internal perusahaan berupa kekuatan dan kelemahannya dan faktor eksternal berupa peluang dan tantangan. Strategi yang dipilih harus sesuai dan cocok dengan kapabilitas internal perusahaan dengan situasi eksternalnya. Analisis SWOT hanya bermanfaat apabila telah secara jelas ditentukan dalam bisnis apa perusahaan beroperasi, dan ke arah mana perusahaan menuju ke masa depan serta ukuran apa saja yang digunakan untuk menilai keberhasilan organisasi/manajemen dalam menjalankan misinya dan mewujudkan visinya.

Kekuatan yang dimiliki oleh suatu perusahaan termasuk satuan-satuan bisnis di dalamnya adalah antara lain kompetensi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komperatif oleh unit usaha di pasaran. Dikatakan demikian karena satuan bisnis memiliki sumber keterampilan, produk andalan dan sebagainya yang membuatnya lebih kuat dari para pesaing dalam memuaskan kebutuhan pasar yang sudah dan direncanakan akan dilayani oleh satuan usaha yang bersangkutan.

Berbicara tentang kelemahan yang terdapat dalam tubuh suatu satuan bisnis, yang dimaksud ialah keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber, keterampilan dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan. Dalam prakteknya, berbagai keterbatasan dan kekurangan yang dimiliki atau tidak dimiliki, kemampuan manajerial yang rendah, keterampilan pemasaran yang tidak sesuai dengan tuntutan pasar, produk

yang tidak atau kurang diminati oleh para pengguna atau calon pengguna dan tingkat perolehan keuntungan yang kurang memadai.

Merupakan situasi utama yang mendukung didalam lingkungan perusahaan, dan *Opportunities* berasal dari satu sumber. Yang dapat memberikan gambaran mengenai *Opportunities* adalah identifikasi segmen pasar sebelumnya, perubahan atau keadaan yang teratur, perubahan teknologi dan perbaikan hubungan dengan pembeli atau penjual.

Ancaman merupakan kebalikan pengertian peluang. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa ancaman adalah faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis jika tidak diatasi, ancaman akan menjadi ganjalan bagi satuan bisnis yang bersangkutan baik untuk masa sekarang maupun di masa depan. Memahami pokok-pokok peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan akan sangat membantu para manager mengidentifikasi pilihan yang realistis dari antar strategi yang tersedia. landasan kedua dalam analisis SWOT dengan mengidentifikasi *Strengths* (Kekuatan) dan *Weakness* (Kelemahan).

Analisis SWOT banyak digunakan oleh perusahaan yang sedang berkembang untuk menentukan ke arah mana bisnis perusahaan akan beroperasi, tujuan utama perusahaan dan bagaimana cara menuju ke arah tujuan dan apa yang akan digunakan untuk mengukur keberhasilan dalam mewujudkan misi dan visinya.

Hasil dari analisis SWOT ini akan memetakan posisi perusahaan terhadap lingkungannya dan menyediakan pilihan strategi umum yang sesuai, serta dijadikan dasar dalam menetapkan sasaran- sasaran organisasi selama 3-5 tahun ke depan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan dari para stakeholder (Situmorang, 2009: 253).

Untuk menganalisa secara lebih dalam tentang SWOT (Fahmi, 2015:260), maka perlu dilihat faktor internal dan eksternal sebagai bagian penting dalam analisis SWOT yaitu (1) Faktor eksternal ini

mempengaruhi terbentuknya *opportunities and threats* (O and T). Dimana faktor ini menyangkut dengan kondisi-kondisi yang terjadi di luar perusahaan yang mempengaruhi dalam pembuatan keputusan perusahaan. Faktor ini mencakup lingkungan industri dan lingkungan bisnis makro, ekonomi, politik, hukum, teknologi, kependudukan dan sosial budaya, dan (2) Faktor internal ini mempengaruhi terbentuknya *strength and weaknesses* (S and W). Dimana faktor ini menyangkut tentang kondisi yang terjadi di dalam perusahaan, yang mana ini turut mempengaruhi terbentuknya pembuatan keputusan (*decision making*) perusahaan. Faktor internal ini meliputi semua macam manajemen fungsional: pemasaran, keuangan, operasi, sumberdaya manusia, penelitian dan pengembangan, sistem informasi manajemen, dan budaya perusahaan.

Dari berbagai macam penjelasan mengenai jenis-jenis strategi di atas menggambarkan penelaahan alternatif strategi yang layak untuk diimplementasikan dalam memenangkan persaingan. Sehingga berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Analisis Strategi Pengembangan Bisnis pada Doorsmeer Simpati di Kecamatan Rengat Kabupaten Indragiri Hulu"

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif yaitu peneliti menganalisis data, informasi yang ada dari berbagai sumber dengan menghubungkan dengan fenomena yang ada sehingga memberikan gambaran yang jelas mengenai Strategi Doorsmeer Simpati di Kecamatan Rengat Kabupaten Indragiri Hulu.

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*), (Rangkuti, 2014:19).

HASIL

Doorsmeer Simpati dalam kegiatan operasionalnya memiliki beberapa kendala. Dimulai dari masih sepiunya pelanggan yang datang mencuci, alat-alat pencucian yang digunakan masih sering mengalami kerusakan dikarenakan belum pahamnya para pekerja dalam menggunakan alat tersebut dengan benar serta kurangnya kesadaran dalam perawatannya. Kemudian proses pencucian yang masih memakan waktu yang lama dan juga tingkat kebersihan yang masih kurang diperhatikan membuat beberapa pelanggan merasa masih kurang puas. Hal-hal semacam inilah yang menjadi kendala dari usaha yang dijalani Doorsmeer Simpati.

Hal ini membuat pengelola Doorsmeer Simpati melakukan beberapa kebijakan baru, diantaranya yaitu melakukan promosi dengan mencetak selebaran yang diedarkan sekitar lokasi usaha dan memberikan pemahaman kepada para karyawan tentang hal menjaga kualitas dan pelayanan kepada pelanggan. Diharapkan dengan begitu dapat memberikan kepuasan yang lebih kepada para pelanggan yang datang.

Dengan cepat usaha ini telah memiliki pelanggan yang ramai dan menjadi *member* di *doorsmeer* tersebut. Semua itu tidak terlepas dari kesabaran, ketelitian, disiplin serta jiwa kewirausahaan yang dimiliki pengelola usaha. Keberhasilan tersebut juga didukung oleh manajemen yang baik yang diterapkan Doorsmeer Simpati, dimana usaha tersebut dapat selalu menjaga mutu dan kualitas pelayanan dengan baik serta memberikan pelayanan tambahan kepada para pelanggan *doorsmeer*. Hal itulah yang menjadikan Doorsmeer Simpati mempunyai reputasi yang baik dimata para pelanggan dan membuatnya mampu bersaing terhadap para kompetitornya.

Doorsmeer Simpati memiliki Visi untuk menjadi usaha jasa pencucian kendaraan bermotor yang mengutamakan kepuasan pelanggannya dan mempunyai misi memberikan pelayanan yang

berkualitas serta memberikan hasil cucian terbaik dan terbersih kepada pelanggan.

Melihat hasil analisis dari Doorsmeer Simpati terkait faktor lingkungan internal dan eksternal dapat disimpulkan sebagai berikut :

1) Analisis lingkungan internal

- a) Analisis lingkungan internal merupakan identifikasi apa yang menjadi kekuatan dan kelemahan dari dalam yang dimiliki oleh perusahaan, agar dapat merumuskan strategi yang bisa diterapkan dalam mencapai tujuan perusahaan, diantaranya :
- b) Aspek Pemasarannya dapat dilihat dari Lokasi tempat berdirinya usaha ini terbilang cukup strategis dikarenakan berada di pusat keramaian serta jalur lintas yang ramai dan padat sehingga memberikan keuntungan bagi Doorsmeer Simpati karena banyak kendaraan yang melalui lokasi usaha tersebut sehingga setiap harinya *doorsmeer* selalu ramai dengan pelanggan terutama yang berada disekitar lokasi tersebut. Promosi yang dilakukan Doorsmeer Simpati adalah *World of Mouth* (WOM). Dilakukan dengan menyebarkan brosur dan pemasangan spanduk di sekitar lokasi *doorsmeer*, ataupun promosi dari mulut ke mulut yang dilakukan oleh pelanggan.
- c) Aspek Keuangan dimana lahan serta bangunan tempat didirikannya Doorsmeer Simpati merupakan milik pribadi, sehingga tidak memerlukan biaya penyewaan lahan. Dalam mengelola keuangannya pemilik usaha membuat pengarsipan, yang mana laporan keuangan *doorsmeer* dipercayakan kepada yang bekerja di sana. Hasil dari keuntungan

diperoleh, digunakan kembali untuk kegiatan operasional *doorsmeer* tersebut.

- d) Aspek Produksi/Operasinya Doorsmeer Simpati masih sering menjumpai kendala teknis seperti tidak dapat berfungsinya alat-alat yang digunakan dengan maksimal. Hasil dari pengamatan pemilik usaha dan komentar dari para pelanggan, yang mengatakan bahwa hasil cucian sudah cukup bersih dan memuaskan, tetapi dalam proses pencuciannya, para pelanggan masih mengeluhkan durasi pencucian terkadang memakan waktu yang lama.
- e) Aspek Sumber Daya Manusianya Kualitas karyawan yang dimiliki *doorsmeer* tersebut sudah cukup baik dengan etos kerja yang tinggi, disiplin kerja yang tinggi, serta pemberian pengarahan kepada karyawan diharapkan mampu memberikan hasil yang memuaskan kepada konsumen. Jumlah karyawan *doorsmeer* sebanyak 10 (sepuluh) orang terkadang dirasa kurang bila melihat kondisi pelanggan yang datang ramai. Hal itu membuat para pekerja sedikit kewalahan dan memakan waktu yang lama dalam melayani pencucian, sehingga tidak jarang pula menimbulkan keluhan dari pelanggan.

2) Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan eksternal merupakan identifikasi apa yang menjadi peluang dan ancaman dari luar perusahaan, yaitu :

- a) Lingkungan Fisik berupa lingkungan alam yang menyediakan sumber daya bagi

perusahaan dalam mendukung kegiatan operasionalnya. Doorsmeer Simpati dekat dengan sumber daya air, yakni sungai, sehingga Doorsmeer Simpati memiliki pasokan atau ketersediaan air yang cukup dalam kegiatan operasionalnya.

- b) Lingkungan Pasar dalam menjalankan bisnis jasa pencucian kendaraan bermotor Pengelola Doorsmeer Simpati menargetkan kepada masyarakat yang memiliki kendaraan bermotor yang berada disekitar lokasi usaha maupun yang sedang melintas. Bagi pemilik usaha tentu cakupan target pemasarannya sangatlah luas terutama daerah kabupaten Indragiri Hulu.
- c) Lingkungan Ekonomi dengan pola konsumsi masyarakat dalam menggunakan jasa dari Doorsmeer Simpati secara relatif dipengaruhi oleh tren ekonomi. Dengan pergerakan harga dari BBM (Bahan Bakar Minyak) yang disertai oleh ketidakstabilan harga seperti, kenaikan harga sembako maupun kenaikan biaya yang lainnya, hal ini akan berpengaruh terhadap jumlah pelanggan yang datang untuk mencuci kendaraannya di Doorsmeer Simpati.
- d) Lingkungan Demografi dengan meningkatnya pertumbuhan jumlah penduduk akan berpengaruh pula terhadap meningkatnya kebutuhan serta pembelian kendaraan yang terjual di pasaran. Jumlah kendaraan yang terus meningkat akan membuka peluang yang besar dalam menjalankan bisnis *doorsmeer*. Pertambahan ini

tentunya akan semakin menambah jumlah pelanggan yang berkunjung ke *doorsmeer* bahkan menjadi pelanggan tetapnya.

- e) Analisis Pesaing Doorsmeer Simpati yang menawarkan jasa pencucian dengan berbagai penawaran dan teknologi yang dimilikinya. Oleh karena itu Doorsmeer Simpati harus selalu berusaha memberikan inovasi serta menjaga ataupun meningkatkan kualitas pelayanannya.

PEMBAHASAN

Strategi yang dapat dilakukan Doorsmeer Simpati dalam mengembangkan bisnis usahanya yang juga disampaikan dalam penelitian J.N.Munandar., A.L. Tumbel., A.S.Soegoto (2020) strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh manajemen Black Cup Coffee and Roastery adalah menambah saluran distribusi di daerah potensial lainnya, meningkatkan loyalitas konsumen, meningkatkan kegiatan promosi, dan meningkatkan kualitas pelayanan, begitu juga menurut (2020) mengembangkan strategi pemasaran yang baik sesuai dengan visi misi, memanfaatkan jaringan untuk menambah kualitas pelayanan, meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap pelayanan.

Doorsmeer Simpati dalam mengembangkan bisnisnya akan fokus dalam beberapa hal, diantaranya :

- 1) Meningkatkan promosi dengan menggunakan perkembangan teknologi seperti media social, dimana penggunaan media sosial bisa dimanfaatkan untuk memperluas wilayah promosi.
- 2) Meningkatkan kualitas pelayanan kepada para pelanggan seperti hasil cucian yang lebih bersih dan proses pengerjaan yang lebih cepat lagi dari

pada yang diharapkan.

- 3) Menambah penggunaan alat-alat doorsmeer yang lebih canggih lagi untuk membantu dalam proses pencucian menjadi lebih cepat lagi
- 4) Menambah jumlah tenaga kerja yang telah berpengalaman dan terlatih untuk meningkatkan mutu serta kualitas pelayanan, diharapkan mampu memberikan pelayanan yang efektif dan efisien.

Bahwa dalam suatu bisnis perlu dilakukannya analisis SWOT. Analisis SWOT yang dapat digunakan untuk melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh suatu bisnis. Dari analisis ini dapat dilihat bahwa faktor kekuatan lebih besar dibandingkan dengan faktor kelemahan yang dimiliki oleh Doorsmeer Simpati Rengat dan faktor peluang juga lebih besar bila dibandingkan dengan faktor ancaman. Oleh sebab itu, dengan kondisi seperti itu Doorsmeer Simpati Rengat seharusnya sudah cukup mampu untuk bersaing dengan bisnis sejenis yang ada.

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan strategi Doorsmeer Simpati yang telah dijelaskan dalam penelitian ini, maka diperoleh kesimpulan, dalam kegiatan operasionalnya, pengelola usaha tidak menggunakan strategi yang khusus dalam hal pengembangan usahanya. Strategi lebih ditekankan kepada penggunaan prinsip manajemen yang baik dalam menjaga mutu dan kualitas pelayanan. Selain itu upaya peningkatan kualitas pelayanan dan jasa dilakukan oleh Doorsmeer Simpati dengan menggunakan peralatan serta produk-produk terbaik dalam menunjang kegiatan operasional usaha. Perekrutan sumber daya manusia yang berkompeten, pengawasan terhadap kualitas pelayanan, strategi pemasaran yang tepat serta kualitas pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan kepada para konsumen sehingga perusahaan memiliki citra yang baik dari konsumen. Dengan kebijakan strategi yang

diterapkan oleh Doorsmeer Simpati diharapkan kedepan semakin berkembang, mampu bersaing bahkan unggul dari para kompetitoranya.

DAFTAR RUJUKAN

- Eddy Yunus. 2016. Manajemen Strategis. Penerbit ANDI: Yogyakarta
- Fred R. David dan Forest R. David. 2019. Manajemen Strategik: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing-Konsep. Edisi 15. Salemba Empat: Jakarta
- Irham Fahmi. 2013. Manajemen Strategis: Teori dan Aplikasi. Alfabeta: Bandung
- J.N.Munandar., A.L. Tumbel., A.S.Soegoto. 2020. Analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran bisnis kopi saat pandemi covid-19 (studi kasus pada black cup coffee and roastery manado). Jurnal EMBA Vol.8 No.4 Oktober 2020, Hal. 1191-1202
- John A. Pearce II dan Richard B. Robinson, Jr. 2013. Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi dan Pengendalian. Edisi 12. Salemba Empat: Jakarta
- Rangkuti, Freddy. 2014. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Sondang P. Siagian. 2018. Manajemen Stratejik. Bumi Aksara: Jakarta
- Situmorang, H. Syafrizal. 2009. *Bisnis : Perencanaan dan Pengembangan*. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- T. Baroto dan C. Purbohadiningrat. 2014. Analisis strategi pengembangan bisnis PPOB kipo menggunakan analisis SWOT dan QSPM. Jurnal Teknik Industri, Vol. 15, No. 1, Februari 2014: 88–102