



ISSN 2541-6502
E-ISSN 2776-9844

AKTUAL JUSTICE
JURNAL ILMIAH MAGISTER HUKUM
PASCASARJANA UNIVERSITAS NGURAH RAI

**PENGUATAN MANAJEMEN BISNIS DALAM MENGHADAPI
PERSAINGAN DI ERA GLOBALISASI**

Adi Jumardiansyah

Fakultas Hukum Universitas Ngurah Rai, Email : jumardiansyah@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the Business Strategies applied in an effort to increase sales is appropriate. The research method used is a descriptive qualitative research method. The data used in this study are primary and secondary data. data collection techniques through observation, interviews, documentation and questionnaire distribution at the Love Shop Boutique. Analysis of the data used in this study is a SWOT (Strength, Weakness, Opportunity and Threat) analysis. The results of this study indicate that an effective strategy based on SWOT Matrix Analysis and SWOT Cartesian diagram produced an SO (Strength-Opportunity) strategy which has the highest score of 4.96 and is in quadrant 1 (Growth Oriented Strategy).

Keywords: Business Strategy, SWOT, Sales

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Bisnis yang diterapkan dalam upaya meningkatkan penjualan sudah tepat. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan skunder. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi. Analisis data yang digunakan pada

penelitian ini adalah analisis SWOT (Strength, Weakness, Opportunity and Threat). Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang efektif berdasarkan Analisis Matriks SWOT dan diagram cartesius SWOT dihasilkan strategi SO (Strength- Opportunity) mempunyai skor nilai tertinggi yaitu 4,96 dan berada pada kuadran 1 (Growth Oriented Strategy).

Kata Kunci : Strategi Bisnis, SWOT, Penjualan

1. Pendahuluan

Persaingan bisnis dalam era globalisasi dewasa ini sangat ketat, di mana setiap perusahaan dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta berusaha untuk menciptakan suatu produk yang mempunyai keunggulan dan menciptakan produk yang berbeda dengan pesaing. Dengan demikian usaha pengembangan produk yang berbeda, dapat menjadi suatu strategi yang efektif bagi perusahaan dalam memberikan penawaran produk yang inovatif sehingga tercapai suatu kepuasan masing-masing pihak, baik dari pembeli karena membeli produk yang sesuai dengan kebutuhannya dan selernya maupun bagi pihak perusahaan yang ingin mendapatkan keuntungan dari penjualan produkproduknya dan juga menjaga citra baik perusahaan di mata konsumen.

Setiap perusahaan memiliki tantangan untuk tetap mempertahankan usahanya antara lain bagaimana untuk mempertahankan usahanya, menjaga kualitas pelayanan agar dapat bersaing para pesaing lainnya yg sekarang banyak bermunculan. Salah satu faktor yang harus diperhatikan dalam menjaga kualitas pelayanan yaitu dengan memberikan pelayanan yang memuaskan, sesuai dengan atau melebihi harapan pelanggan. Sehingga dirasakan sangat penting untuk mengetahui pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan.

Dalam memberikan pelayanan seringkali terjadi perbedaan kualitas antara yang diberikan suatu perusahaan yang diharapkan oleh pelanggan. Besarnya perbedaan kualitas tersebut tergantung dari seberapa besar perusahaan tersebut dapat

memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggannya serta tergantung pada perilaku pelanggan dalam membeli, menggunakan dan mengevaluasi jasa yang diberikan. Karya tulis ini merupakan karya tulis ilmiah yang orisinal atau berbeda dengan karya tulis ilmiah yang ada sebelumnya. Terdapat keunggulan dalam penelitian ini dengan penelitian dari peneliti lainnya, yaitu mengenai penelitian ini memfokuskan dalam pembahasan tentang strategi dalam memilih alternatif bisnis di era globalisasi.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan historis dan konseptual. Teknik pengumpulan data yang digunakan ialah studi kepustakaan lalu analisis data menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Pendekatan diartikan sebagai usaha dalam rangka aktivitas penelitian untuk mengadakan hubungan dengan orang yang diteliti atau metode-metode untuk mencapai pengertian tentang masalah penelitian. Secara umum terdapat beberapa pendekatan dalam penerapan hukum normatif yaitu antara lain sebagai berikut:

- 1) Pendekatan Kasus (Case Approach) merupakan pendekatan yang dilakukan dengan cara melakukan telaah terhadap kasus-kasus yang berkaitan dengan isu yang dihadapi yang telah menjadi putusan pengadilan yang telah mempunyai kekuatan hukum yang tetap;
- 2) Pendekatan Perundang-Undangan (Statute Approach) merupakan pendekatan yang dilakukan dengan menelaah semua peraturan perundang-undangan yang mempunyai hubungan dengan permasalahan (isu hukum) yang sedang dihadapi. Pendekatan perundang-undangan ini misalnya dilakukan dengan memplajari konsistensi/kesesuaian antara Undang-Undang Dasar dengan Undang-undang, atau antara Undang-Undang yang satu dengan Undang-Undang yang lain;
- 3) Pendekatan Historis (Historical Approach) merupakan pendekatan yang dilakukan dalam kerangka untuk memahami filosofi aturan hukum dari waktu ke waktu, serta memahami perubahan dan perkembangan filosofi yang melandasi

aturan hukum tersebut. Cara pendekatan ini dilakukan dengan menelaah latar belakang dan perkembangan pengaturan mengenai isu hukum yang dihadapi;

4) Pendekatan Perbandingan (Comparative Approach) merupakan pendekatan yang dilakukan dengan membandingkan peraturan hukum atau putusan pengadilan di suatu negara dengan peraturan hukum di negara lain (dapat 1 negara atau lebih), namun haruslah mengenai hal yang sama. Perbandingan dilakukan untuk memperoleh persamaan dan perbedaan di antara peraturan hukum/putusan pengadilan tersebut; dan

5) Pendekatan Konseptual (Conceptual Approach) merupakan pendekatan yang dilakukan karena memang belum tau tidak ada aturan hukum untuk masalah yang dihadapi. Pendekatan konseptual ini beranjak dari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin yang berkembang dalam ilmu hukum, sehingga melahirkan pengertian hukum dan asas-asas hukum yang relevan dengan permasalahan yang dihadapi;

Maka sesuai dengan judul penelitian ini menggunakan pendekatan historis (statute approach) yaitu dengan judul Manajemen Bisnis.

3. Hasil Dan Pembahasan

A. Pengantar Bisnis

a. Pengertian Bisnis

Bisnis Merupakan organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba sebesar-besarnya. Secara historis, bisnis berasal dari kata business yang berasal dari kata dasar busy yang berarti "sibuk". Dalam artian, sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan

b. Tujuan Bisnis

Dalam berbisnis atau berwirausaha tentu kita mempunyai tujuan, untuk itu sebelumnya kita harus berusaha mengolah bahan untuk dijadikan produk yang diperlukan oleh konsumen yaitu berupa barang dan jasa. Sedangkan, tujuan dari perusahaan adalah mendapatkan laba maksimum, yakni suatu

imbalan yang diperoleh oleh perusahaan dari penyediaan suatu produk bagi para konsumen.

c. Fungsi Bisnis

Adapun beberapa fungsi dari Bisnis diantaranya adalah :

1. Acquiring Raw Materials (memperoleh bahan baku)

Dalam membuat roti kita memerlukan tepung terigu untuk membuatnya, membuat lemari kita juga memerlukan kayu untuk membuatnya, dan dalam membuat buku tulis kita memerlukan dahan untuk membuatnya.

2. Manufacturing Raw Materials into products

Setelah bahan baku yang kita peroleh nanti akan diolah menjadi sebuah produk. Misalnya : Dalam membuat roti, tepung terigu diubah menjadi roti dengan berbagai rasa.

3. Distributing Products to Consumers

Produk yang dihasilkan lalu di distribusikan kepada konsumen

d. Elemen-elemen dalam sistem bisnis

Elemen-Elemen dalam sistem bisnis terdiri dari empat, yaitu :

1. Modal (Capital) Sejumlah uang yang digunakan untuk menjalankan kegiatan bisnis yaitu transaksi.

2. Bahan-bahan (Materials) Faktor produksi yang diperlukan dalam melaksanakan aktifitas bisnis untuk diolah dan menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat.

3. Sumber Daya Manusia (SDM) Kualifikasi SDM, yakni memiliki kemampuan kompetitif dan berkualitas tinggi.

4. Keterampilan Manajemen (Management Skill) Sistem manajemen yang dijalankan berdasarkan prosedur dan tata kerja manajemen.

B. MANAJEMEN

Pengertian Manajemen

Menurut Wikipedia Kata Manajemen berasal dari bahasa Perancis kuno *ménagement*, yang memiliki arti seni melaksanakan dan mengatur. Manajemen belum memiliki definisi yang mapan dan diterima secara

universal. Mary Parker Follet, misalnya, mendefinisikan manajemen sebagai seni menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain. Definisi ini berarti bahwa seorang manajer bertugas mengatur dan mengarahkan orang lain untuk mencapai tujuan organisasi. Ricky

Griffin mendefinisikan manajemen sebagai sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran (goals) secara efektif dan efisien. Efektif berarti bahwa tujuan dapat dicapai sesuai dengan perencanaan, sementara efisien berarti bahwa tugas yang ada dilaksanakan secara benar, terorganisir, dan sesuai dengan jadwal

Fungsi Manajemen

Inilah beberapa fungsi manajemen, yaitu merancang, mengorganisir, memerintah, mengordinasi, dan mengendalikan.

Namun saat ini, kelima fungsi tersebut telah diringkas menjadi empat, yaitu :

1. Perencanaan

Perencanaan adalah memikirkan apa yang akan dikerjakan dengan sumber yang dimiliki. Perencanaan dilakukan untuk menentukan tujuan perusahaan secara keseluruhan dan cara terbaik untuk memenuhi tujuan itu. Manajer mengevaluasi berbagai rencana alternatif sebelum mengambil tindakan dan kemudian melihat apakah rencana yang dipilih cocok dan dapat digunakan untuk memenuhi tujuan perusahaan. Perencanaan merupakan proses terpenting dari semua fungsi manajemen karena tanpa perencanaan, fungsi-fungsi lainnya tak dapat berjalan.

2. Pengorganisasian

Fungsi kedua adalah pengorganisasian atau organizing. Pengorganisasian dilakukan dengan tujuan membagi suatu kegiatan besar menjadi kegiatan-kegiatan yang lebih kecil. Pengorganisasian mempermudah manajer dalam melakukan pengawasan dan menentukan orang yang dibutuhkan untuk melaksanakan tugas-tugas yang telah dibagi-bagi tersebut. Pengorganisasian dapat dilakukan dengan cara

menentukan tugas apa yang harus dikerjakan, siapa yang harus mengerjakannya, bagaimana tugas-tugas tersebut dikelompokkan, siapa yang bertanggung jawab atas tugas tersebut, pada tingkatan mana keputusan harus diambil.

3. Pengarahan

Pengarahan atau *directing* adalah suatu tindakan untuk mengusahakan agar semua anggota kelompok berusaha untuk mencapai sasaran sesuai dengan perencanaan manajerial dan usaha-usaha. Jadi *actuating* artinya

adalah menggerakkan orang-orang agar mau bekerja dengan sendirinya atau penuh kesadaran secara bersama-sama untuk mencapai tujuan yang dikehendaki secara efektif. Dalam hal ini yang dibutuhkan adalah kepemimpinan (*leadership*).

4. Pengendalian

Pengevaluasian atau *evaluating* adalah proses pengawasan dan pengendalian performa perusahaan untuk memastikan bahwa jalannya perusahaan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Seorang manajer dituntut untuk menemukan masalah yang ada dalam operasional perusahaan, kemudian memecahkannya sebelum masalah itu menjadi semakin besar.

c. Sarana Manajemen

Dalam manajemen, sarana (*tools*) adalah hal yang paling menentukan bagi Manusia yang membuat tujuan dan manusia pula yang melakukan proses untuk mencapai tujuan. Tanpa ada manusia tidak ada proses kerja, sebab pada dasarnya manusia adalah makhluk kerja. Material terdiri dari bahan setengah jadi (*raw material*) dan bahan jadi. Dalam dunia usaha untuk mencapai hasil yang lebih baik, selain manusia yang ahli dalam bidangnya juga harus dapat menggunakan bahan/materi-materi sebagai salah satu sarana. Sebab materi dan manusia tidak dapat dipisahkan, tanpa materi tidak akan tercapai hasil yang dikehendaki. Machine atau digunakan untuk memberi kemudahan atau menghasilkan keuntungan yang lebih besar serta menciptakan efisiensi kerja. Metode adalah suatu tata cara kerja yang

memperlancar jalannya pekerjaan manajer. Sebuah metode dapat dinyatakan sebagai penetapan cara pelaksanaan kerja suatu tugas dengan memberikan berbagai pertimbangan-pertimbangan kepada sasaran, fasilitas-fasilitas yang tersedia dan penggunaan waktu, serta uang dan kegiatan usaha. Perlu diingat meskipun metode baik, sedangkan orang yang melaksanakannya tidak mengerti atau tidak mempunyai pengalaman maka hasilnya tidak akan memuaskan.

Dengan demikian, peranan utama dalam manajemen tetap manusianya sendiri. Market atau pasar adalah tempat di mana organisasi menyebarluaskan (memasarkan) produknya.

d. Prinsip-prinsip Manajemen

Prinsip dapat didefinisikan sebagai suatu pernyataan fundamental atau kebenaran umum yang merupakan sebuah pedoman untuk berpikir atau bertindak. Dalam hubungannya dengan manajemen, prinsip-prinsip bersifat fleksibel dalam arti bahwa perlu dipertimbangkan sesuai dengan kondisi-kondisi khusus dan situasi-situasi yang berubah. Prinsip manajemen ini disusun oleh Henry Fayol.

Prinsip-prinsip umum manajemen (general principle of management) terdiri dari:

1. Pembagian kerja (Division of work) Pembagian kerja harus disesuaikan dengan kemampuan dan keahlian sehingga pelaksanaan kerja berjalan efektif. Oleh karena itu, dalam penempatan harus menggunakan prinsip *the right man in the right place*. Pembagian kerja harus subyektif yang didasarkan atas dasar *like and dislike*.
2. Wewenang dan tanggung jawab (Authority and responsibility) Wewenang dan tanggung jawab harus seimbang. Setiap pekerjaan harus dapat memberikan pertanggungjawaban yang sesuai dengan wewenang. Oleh karena itu, makin kecil wewenang makin kecil pula pertanggungjawaban demikian pula sebaliknya.

3. Disiplin (Discipline) Disiplin ini berhubungan erat dengan wewenang. Apabila wewenang tidak berjalan dengan semestinya, maka disiplin akan hilang.

Kesatuan perintah (Unity of command) Dalam melaksanakan pekerjaan, karyawan harus memperhatikan prinsip kesatuan perintah sehingga pelaksanaan kerja dapat dijalankan dengan baik. Karyawan harus tahu kepada siapa ia harus bertanggung jawab sesuai dengan wewenang yang diperolehnya. Perintah yang datang dari manajer lain kepada seorang karyawan akan merusak jalannya wewenang dan tanggung jawab serta pembagian kerja.

5. Kesatuan pengarahan (Unity of direction) Kesatuan pengarahan bertalian erat dengan pembagian kerja. Kesatuan pengarahan tergantung pula terhadap kesatuan perintah. Dalam pelaksanaan kerja bisa saja terjadi adanya dua perintah sehingga menimbulkan arah yang berlawanan.

6. Mengutamakan kepentingan organisasi di atas kepentingan sendiri Setiap. Hal semacam itu merupakan suatu syarat yang sangat penting agar setiap kegiatan berjalan dengan lancar sehingga tujuan dapat tercapai dengan baik.

7. Penggajian pegawai Gaji atau upah bagi karyawan merupakan kompensasi yang menentukan terwujudnya kelancaran dalam bekerja. Sistem penggajian harus diperhitungkan agar menimbulkan kedisiplinan dan kegairahan kerja sehingga karyawan berkompetisi untuk membuat prestasi yang lebih besar

8. Pemusatan (Centralization) Pemusatan wewenang bukan berarti adanya kekuasaan untuk menggunakan wewenang, melainkan untuk menghindari kesimpangsiuran wewenang dan tanggung jawab. Pemusatan wewenang ini juga tidak menghilangkan asas pelimpahan wewenang (delegation of authority)

9. Hirarki (tingkatan) Pembagian kerja menimbulkan adanya atasan dan bawahan. Bila pembagian kerja ini mencakup area yang cukup luas akan menimbulkan hirarki. Hirarki diukur dari wewenang terbesar yang berada

pada manajer puncak dan seterusnya berurutan ke bawah. dengan adanya hirarki ini, maka setiap karyawan akan mengetahui kepada siapa ia harus bertanggung jawab dan dari siapa ia mendapat perintah.

10. Ketertiban (Order) ketertiban dan disiplin sangat dibutuhkan dalam mencapai tujuan.

11. Keadilan dan kejujuran harus ditegakkan mulai dari atasan karena atasan memiliki wewenang yang paling besar. Manajer yang adil dan jujur akan menggunakan wewenangnya dengan sebaik-baiknya untuk melakukan keadilan dan kejujuran pada bawahannya.

12. Stabilitas kondisi karyawan Dalam setiap kegiatan kestabilan karyawan harus dijaga sebaik-baiknya agar segala pekerjaan berjalan dengan lancar. Kestabilan karyawan terwujud karena adanya disiplin kerja yang baik dan adanya ketertiban dalam kegiatan. sebagai makhluk sosial yang memiliki keinginan, perasaan dan pikiran.

13. Prakarsa (Inisiative) Prakarsa timbul dari dalam diri seseorang yang menggunakan daya pikir. Prakarsa menimbulkan kehendak untuk mewujudkan suatu yang berguna bagi penyelesaian pekerjaan dengan sebaik-baiknya. Jadi dalam prakarsa terhimpun kehendak, perasaan, pikiran, keahlian dan pengalaman seseorang. Oleh karena itu, setiap prakarsa yang datang dari karyawan harus dihargai.

14. Semangat kesatuan, semangat korps Setiap karyawan harus memiliki rasa kesatuan, yaitu rasa senasib sepenanggungan sehingga menimbulkan semangat kerja sama yang baik.

e. Manajemen dalam perusahaan

Dengan adanya suatu pengelolaan dan manajemen yang baik maka suatu perusahaan akan mampu bertahan dari segala tekanan, kendala, dan rintangan yang ada. Bahkan akan berkembang menjadi lebih besar dan lebih baik lagi. Tidak selamanya suatu perusahaan yang telah melakukan segala sesuatunya dengan baik akan sukses. Terkadang ada beberapa kendala atau halangan yang tidak dapat dihindari contohnya tertipu rekan kerja atau tertimpa bencana serta kendala-kendala lainnya. Berikut adalah beberapa

prinsip dan standarisasi yang diharapkan mampu mendukung kemajuan dan perkembangan suatu perusahaan:

1. Perencanaan yang matang. Misalnya dalam membuat suatu produk maka kita harus melakukan penelitian terlebih dahulu mengenai pasar, konsumen, produk pesaing, dan kendala-kendala yang mungkin akan muncul agar produk kita tepat sasaran dan tidak gugur bila terkena berbagai tekanan dan kendala yang muncul.
2. Terbuka dan Selalu Belajar Perkembangan dunia bisnis begitu cepat. Begitu banyak bidang yang mendukung suatu bisnis misalnya bidang teknologi informasi. Begitu banyak perubahan yang terjadi diluar perusahaan, karena itu kita tidak boleh tertutup dan harus berusaha menerima perubahan yang ada.
3. Sumber Daya Manusia yang Berkualitas, Loyal, dan Sejahtera. Sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas merupakan kunci penggerak perusahaan. Dengan adanya SDM yang mampu menggerakkan perusahaan dengan baik maka suatu perusahaan akan mampu berkembang dan melakukan bisnisnya dengan efektif dan efisien. SDM yang berkualitas tidaklah cukup untuk menjalankan perusahaan dalam jangka panjang. Diperlukan loyalitas pegawai terhadap perusahaan tempat dimana dia bekerja.

4. Kesimpulan

Demikian makalah yang dapat saya buat kurang lebihnya harap dimaklumi. Dan pada intinya Bisnis adalah suatu organisasi yang menjual barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba sebesar-besarnya. Secara historis, bisnis berasal dari kata business yang berasal dari kata dasar busy yang berarti "sibuk". Dalam artian, sibuk mengerjakan aktivitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan. Dalam ekonomi kapitalis, kebanyakan bisnis dimiliki oleh pihak swasta, bisnis dibentuk untuk mendapatkan profit dan meningkatkan kemakmuran para pemiliknya. Dari analisis diatas, penulis dapat menyimpulkan bahwa menjalankan suatu bisnis itu tidak mudah kita harus memahami apa saja

komponen- komponen yang ada di dalam bisnis terutama menguatkan manajemen bisnis. Sehingga, kita tidak mengalami kerugian atau gulung tikar dari usaha yang kita jalankan. .Seperti inilah yang menjadi solusi bagi masyarakat sebelum siap turun ke lapangan untuk menjalankan bisnisnya.

Ucapan terima Kasih (*Acknowledgments*)

Kemukakan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah berkontribusi dalam penelitian, khususnya pihak atau institusi yang mendanai penelitian termasuk pihak-pihak yang secara individual membantu termasuk dalam penyempurnaan penulisan artikel seperti: Advisors, Institusi yang mendanai, Proof-readers, maupun pihak-pihak lainnya yang dianggap telah berkontribusi.

Daftar Pustaka

- ji, Prasetyo. (2015). Manajemen Strategi: Keunggulan Bersaing Berkelanjutan. Ekuilibra: Yogyakarta.
- Agung, Anak AP. (2012). Metodologi Penelitian Bisnis. UB PRESS: Malang.
- Boyd, Walker, Larreche. (2000). Manajemen Pemasaran. Alih Bahasa: Imam Nurmawan. Erlangga: Jakarta.
- David. (2006). Strategi Manajemen: Konsep dan Kasus. Edisi 10. Salemba Empat: Jakarta.
- Guiltinan, Joseph.p. (1994). Strategi dan Program Manajemen Pemasaran. Erlangga: Jakarta.
- Muhammad, Suwarsono. (2008). Matriks dan Skenario Dalam Strategi. UPP STIM YKPN: Yogyakarta.
- Haykal, Muhammad. (2012). Strategi Pemasaran Garmen PT Mataram Tunggal Garment. Skripsi Sarjana Management UII (Tidak Dipublikasikan). Fakultas Ekonomi UII: Yogyakarta.
- Hunger and Wheelen. (2003). Manajemen Strategis. Edisi 2. Andi Offset: Yogyakarta.
- Kuncoro, Mudrajat. (2005). Strategi: Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif. Erlangga: Jakarta.
- Kotler and Keller. (2009). Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas. Jilid 1. Erlangga: Jakarta.
- Philip, Kotler. (1997). Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol. Jilid 1. PT. Prenhallindo: Jakarta.

- Porter, Michael E. (2002). Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul. Erlangga: Jakarta.
- Porter, dkk. (2003). Implementasi Manajemen Strategik: Kebijakan dan Proses. Amara Books: Yogyakarta.
- Prasetya, Zaldy A. (2012). Analisis Strategi Pemasaran pada CV. Kita Junior di Yogyakarta. Skripsi Sarjana Management (Tidak Dipublikasikan). Fakultas Ekonomi UII: Yogyakarta.
- Prasetyaningrum, Rina Dwi. (2008). Analisis Penetapan Strategi PT. BPRS Madina Sejahtera Yogyakarta Dengan Metode Analisis MDTI.
- Rangkuti, Freddy. (2015). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Gramedia: Jakarta.