

## **Analisis Rencana Bisnis untuk Meningkatkan Daya Saing yang Berkelanjutan Pada Usaha Djayit Konveksi Di Bandar Lampung**

Hepiana Patmarina<sup>1</sup>, Dimas Adji Prakasa<sup>2</sup>, Ardansyah<sup>3</sup>  
Fakultas Ekonomi Universitas Bandar Lampung  
Jl. Z.A Pagar Alam NO. 26 labuhan Ratu, KedaTOn, 35142, Bandar Lampung IndOnesia

Email :

[hepiana@ubl.ac.id](mailto:hepiana@ubl.ac.id), [dimasadji48@gmail.com](mailto:dimasadji48@gmail.com), [ardansyah@ubl.ac.id](mailto:ardansyah@ubl.ac.id)

### **ABSTRACT**

*The purpose of this study is to determine the business rencanaes that can be done to increase the competitiveness of the Convection Djayit Business in Bandar Lampung. The population of this research is Djayit Konveksi with competitors, namely Adeeva Konveksi, and Sunyin Konveksi. The sample in the study was the whole population, namely 3 respondents.*

*Sources of data are interview techniques and questionnaires to Djayit Konveksi in Bandar Lampung and competitors. The data collection method is primary data which is done by means of observation, documentation study and questionnaire. The method of analysis uses a SWOT analysis. The results of the cartesius diagram research, where Djayit Convection is in quadrant I, then the business strategy that can be implemented is the generic strategy. The rencanaes that can be carried out are: Low Cost Rencanaes (cost leadership), Differentiation Rencanaes, and Focus Rencanaes (focus)*

*Keywords: Competitiveness and Business Strategy.*

### **ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini untuk memahami Rencana Bisnis yang bisa dilakukan untuk meningkatkan Daya Saing Pada Usaha Djayit Konveksi di Bandar Lampung. Populasi peneltian ini merupakan Djayit Konveksi dengan pesaing yaitu Adeeva Konveksi, dan Sunyin Konveksi. Sampel dalam penelitian merupakan keseluruhan populasi yaitu 3 responden.

Sumber data merupakan teknik wawancara dan kuisioner kepadaDjayit Konveksi di Bandar Lampung dan pesaing. Struktur pengumpulan data yaitu data primer yang dilakukan dengan cara observasi, studi dokumentasi dan kuesioner. Struktur analisis dengan menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian diagram cartesius, dimana Djayit Konveksi berada pada kuadran I, maka rencana bisnis yang bisa diimplementasikan yaitu startegi generik. Adapun rencana yang bisa dilakukan yaitu: Rencana Biaya Rendah (*cost leadership*), Rencana diferensiasi, dan Rencana Fokus (*focus*)

Kata Kunci :Daya Saing dan Rencana Bisnis.

### **1. Pendahuluan**

Djayit Konveksi Inilah contoh perusahaan yang bisa bertahan setiap tahun, dan produk yang dihasilkannya tidak terlepas dari rencana bisnis yang dijalankan oleh pemilik bisnis atau pelaku usaha. Rencana umum ini merupakan salah satu cara bagi perusahaan untuk mendirikan kualitas

**Analisis Rencana Bisnis untuk Meningkatkan Daya Saing yang Berkelanjutan Pada Usaha Djayit Konveksi Di Bandar Lampung (Hepiana Patmarina)**

bersaing di bidang UMKM dengan menghasilkan sandang berkualitas tinggi yang memiliki nilai lebih bagi pengguna. Dengan berjalannya waktu, banyak bermunculan pengusaha UMKM yang bergerak di bidang konvektif, yang menjadikan kompetisi sangat ketat dan harus mengembangkan rencana. Biasanya pengusaha konveksi menbisakan pesanan dalam jumlah banyak dan pesanan dalam jumlah banyak pada momen-momen tertentu (seperti pergantian tahun ajaran baru atau acara lainnya). Dalam hal ini memudahkan pemilik agar bisa menjalankan sebuah bisnis konveksi tetap lancar dan semakin berkembang usahanya. Konveksi (pakaian jadi), di khususkan untuk pelajar, mahasiswa dan karyawan atau pegawai perusahaan.

Betapa perusahaan memiliki kualitas tersendiri di mata para kompetitor. Djayit Konveksi merupakan salah satu usaha UMKM yang berdiri sejak 6 tahun lalu, dengan produk yang unik dan unik. Dalam menghadapi kompetisi pasar yang semakin ketat, perlu dibedakan rencana implementasi yang dilakukan oleh pelaku usaha (badan usaha). Keuntungan dasar yang diperoleh ketika pelaku bisnis (badan usaha) mampu menerapkan rencana yang diterapkan bisa meningkatkan kinerja pemasaran dan pengeluaran organisasi. Perusahaan yang mengadopsi rencana yang tepat bisa terus menjalankan usahanya sendiri dalam waktu yang lama, misalnya Djayit Konveksi yang didirikan pada tahun 2014 telah dijadikan oleh Chandra seperti pemilik konveksi meluncurkan bisnis kembali ke rumah, kemudian menghabiskan waktu kuliahnya.

Namun dalam bidang yang ia tekuni di konveksi menyebabkan ia menjadi salah satu pemilik yang bisa diperhitungkan keahliannya. Chandra adalah seorang yang mempunyai keterampilan lebih dalam hal design maupun printing. lokasinya dahulu berada di jalan Pramuka di Bandar Lampung. Setelah memiliki modal yang cukup serta keterampilan yang ia cukup kuasai, maka ia mengambil ketetapan untuk membuka usaha konveksi dan mendirikan konveksi ia sendiri di Bandar Lampung, yang ia beri nama Djayit konveksi menjadikan salah satu industri yang bisa menunjukkan kreativitas dalam menjalankan dan mengembangkan usahanya, selain itu aspek rencana yang dilakukan juga turut berperan serta dalam mempertahankan dan menbisakan kualitas daya saing yang berkelanjutan dari para pesaingnya dari waktu ke waktu.

Dalam usaha ini Chandra sang pemilik melihat kesempatan yang cukup menjanjikan karena di lihat dari tahun - ketahun pemesan terus meningkat terkhusus pemesanan dari beberapa sekolah di Lampung khususnya di kota Bandar Lampung. Usaha konveksi ini membutuhkan sebuah target untuk menetapkan jumlah permintaan yang sesuai. Jumlah permintaan ini sangat mempengaruhi keuntungan yang di bisa serta minat pengguna untuk memesan di Djayit Konveksi. Keuntungan yang dibisa oleh Djayit konveksi bisa di lihat dari jumlah yang di pesan bukan di lihat dari jumlah pengguna. Karena jumlah pengguna tidak bisa ditentukan seberapa banyak jumlah permintaan. Maka dari itu bisa di lihat dari

seberapa banyak pemesanan bukan seberapa banyak pengguna. Di bawah ini akan disajikan tabel volume penjualan yang disediakan Djayit Konveksi.

**Tabel Penjualan Djayit Konveksi di Bandar Lampung 2020**

No	Bulan	Jumlah Penjualan	Perkembangan penjualan	Perkembangan (%)
1	Oktober	Rp 11.855.000	-	-
2	November	Rp 12.625.000	Rp 770.000	6,5%
3	Desember	Rp 16.730.000	Rp 4.105.000	32,52%
4	Januari	Rp 6.300.000	- Rp 10.430.000	- 62,35%
5	Februari	Rp 5.100.000	- Rp 1.200.000	- 19,05%
6	Maret	Rp 8.950.000	Rp 3.850.000	75,50%
7	April	Rp 8.250.000	- Rp 700.000	- 7,82%
8	Mei	Rp 12.825.000	Rp 4.575.000	54,54%
9	Juni	Rp 10.525.000	-Rp 2.300.000	-17,93%
10	Juli	Rp 9.840.000	- Rp 685.000	-6,51%
11	Agustus	Rp 4.275.000	-Rp 5.565.000	-56,55%
12	September	Rp 3.825.000	-Rp450.000	-10,53%
<b>Jumlah</b>		Rp 111.100.000	-Rp 8.030.500	
<b>Rata-Rata (%)</b>				-11,68 -1,06%

Sumber : Djayit Konveksi, 2020

Data yang terbita di tabel diketahui pada bulan oktober 2019 sampai September 2020 mengenai perkembangan penjualan dari Djayit Konveksi berfluktuasi dan cenderung menuun dengan rata – rata sebesar

-1,06%.Peneliti juga mengajukan data penbisaan selama lima tahun terakhir dari tahun 2016 sampai tahun 2020 maka bisa dilihat dari data perkembangan realisasi pada usaha Djayit Konveksi di bawah ini.

**TabelData Perkembangan Realisasi lima Tahun Terakhir**

No	Tahun	Target Realisasi	Realisasi	Perkembangan (%)
1	2016	Rp 100.000.000	Rp 92.350.000	4,88%
2	2017	Rp 110.000.000	Rp 96.750.000	4,65%
3	2018	Rp 115.000.000	Rp 101.250.000	- 0,67%
4	2019	Rp 105.000.000	Rp 94.500.000	-14,29%
5	2020	Rp 105.000.000	Rp 81.000.000	- 11,43%
<b>Rata-rata (%)</b>				-2,86%

Sumber : Djayit Konveksi, 2020

Data yang terbita di tabel diketahui pada tahun 2016 sampai 2020 mengenai target perkembangan realisasi dari Djayit Konveksi berfluktuasi dan cenderung menurun dengan rata – rata sebesar – 2,86%

### Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini merupakan seperti berikut : Untuk memahami Rencana Bisnis yang bisa dilakukan untuk meningkatkan Daya Saing Pada Usaha Djayit Konveksi di Bandar Lampung

### Tinjauan Pustaka

Pengertian manajemen rencanak menurut Fred R. David (2016:3) Manajemen Rencanak (*Rencanac Management*) bisa didefinisikan seperti seni dan sains dalam memformulasi, mengimplementasi, dan mengevaluasi ketetapan lintas manfaatonal yang menyebabkan organisasi bisa mencapai tujuannya.

Menurut Freddy Rangkuti dalam Hepiana Patmariana (2016 :7), Rencana Bisnis ini sering juga disebut rencana bisnis secara manfaatonal karena rencana ini berorientasi pada manfaat-manfaat kegiatan manajemen, misalnya rencana pemasaran, rencana produksi atau operasional, rencana distribusi, rencana organisasi, dan rencana-rencana yang berhubungan dengan keuangan.

Menurut definisi Z. Heflin Frinces (2011: 60), daya saing mengacu pada kekuatan atau kemampuan dan kualitas. Kekuatan tersebut ditentukan oleh kemampuan dan sumber daya di dalam dan di luar organisasi untuk melawan potensi atau gangguan aktual secara terencana dan terstruktur. Menetapkan, mentransfer, memperjuangkan dan / atau menghancurkan status, eksistensi, dan eksistensi pihak-pihak yang bersaing.

## **2. Metode Penelitian**

### **Desain Penelitian**

Sesuai dengan tujuan objek, prosedur dan yang tersedia untuk penelitian ini, maka desain penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini merupakan desain deskriptif. Pengertian deskriptif menurut Sugiyono (2012: 29) merupakan struktur yang bermanfaat untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sepertimana adanya, tanpa melakukan analisis dan menyebabkan kesimpulan yang berlaku umum.

### **Struktur Analisis**

Struktur analisis yang dipergunakan peneliti dalam penelitian ini merupakan struktur analisis kualitatif, yaitu metode yang dipergunakan untuk mengkaji data dengan menggunakan penalaran dan penelaahan dengan berpedoman pada pendekatan teoritis. Kalaupun ada data berupa angka - angka sifat analisis hanya terbatas pada pemberian informasi, menilai atau mengevaluasi data angka tersebut kemudian melakukan penafsiran dan menyimpulkan. Adapun alat analisis yang dipergunakan dalam penelitian ini yaitu Analisis SWOT (*Strengths, Weakness, opportunity, And Threats*).

## **3. Hasil dan Pembahasan**

### **Analisis SWOT (*Strength, Weakness, opportunity and Threat*)**

#### **Aspek-Aspek Internal Djayit Konveksi**

Dari hasil kuisioner yang telah diberikan kepada Djayit Konveksi maka bisa diketahui yang menjadi aspek-aspek internal pada perusahaan ini merupakan seperti berikut:

- 1) Aspek-aspek yang menjadi kekuatan perusahaan:
  - a. Pengaruh produk
  - b. Macam – macam produk
  - c. Kemudahan menbisakan bahan baku

- d. Kelengkapan fasilitas
  - e. Pelayanan yang diberikan
- 2) Aspek-aspek yang menjadi kelemahan perusahaan:
    - a. Perbandingan dengan harga produk
    - b. Beban biaya iklan
    - c. Mudah dijangkau pengguna
    - d. Kecepatan pekerja dalam melayani pengguna
    - e. Tingkat kepercayaan terhadap pekerja

#### Analisis Eksternal (*External Factor Evaluation*)

Dari daftar persoalan yang telah diberikan kepada Djayit Konveksi, maka bisa diketahui yang menjadi aspek-aspek rencana eksternal pada perusahaan ini merupakan seperti berikut:

- 1) Aspek-aspek yang menjadi kesempatan:
  - a. Memiliki pengguna yang setia
  - b. Kemampuan membeli pengguna
  - c. Memiliki pemasok bahan baku tetap
  - d. Kualitas barang sesuai
  - e. Usaha sesuai peraturan pemerintah
- 2) Aspek-aspek yang menjadi ancaman:
  - a. Memesan barang dalam jumlah banyak
  - b. Pengiriman bahan baku tepat waktu
  - c. memiliki pesaing
  - d. Merasa terganggu adanya pesaing
  - e. Memiliki kesamaan produk dengan pesaing

#### Analisis Aspek Internal dan Eksternal Menggunakan IFAS dan EFAS

Tabel 4.5 *internal factor analysis summary (IFAS)*

No	Aspek-aspek Internal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
<b>Kekuatan</b>				
1	Pengaruh produk	<b>0.15</b>	<b>4</b>	<b>0.60</b>
2	Macam – macam produk	<b>0.10</b>	<b>4</b>	<b>0.40</b>
3	Kemudahan menbisakan bahan baku	<b>0.10</b>	<b>4</b>	<b>0.40</b>
4	Kelengkapan fasilitas	<b>0.15</b>	<b>4</b>	<b>0.60</b>
5	Pelayanan yang diberikan	<b>0.05</b>	<b>3</b>	<b>0.15</b>
<b>Sub Total</b>		<b>0.55</b>		<b>2.15</b>
<b>Kelemahan</b>				
1	Perbandingan dengan harga produk	<b>0.05</b>	<b>2</b>	<b>0.10</b>
2	Beban biaya iklan	<b>0.10</b>	<b>3</b>	<b>0.30</b>

3	Mudah dijangkau pengguna	<b>0.10</b>	<b>3</b>	<b>0.30</b>
4	Kecepatan pekerja dalam melayani pengguna	<b>0.10</b>	<b>2</b>	<b>0.20</b>
5	Tingkat kepercayaan terhadap pekerja	<b>0.10</b>	<b>3</b>	<b>0.30</b>
<b>Sub Total</b>		<b>0.45</b>		<b>1.20</b>
<b>Total</b>		<b>1.00</b>		<b>3.35</b>

Sumber : Data diolah, 2021.

**Tabel 4.6** *eksternal factor analysis summary (EFAS)*

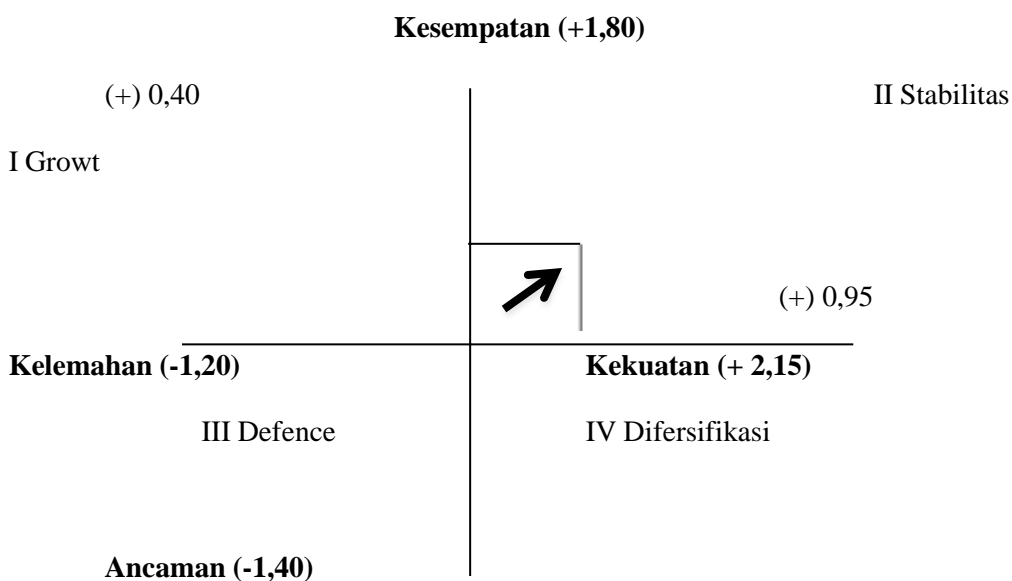
No	Aspek-aspek Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
<b>Kesempatan</b>				
1	Memiliki pengguna yang setia	<b>0.10</b>	<b>4</b>	<b>0.40</b>
2	Kemampuan membeli pengguna	<b>0.05</b>	<b>4</b>	<b>0.20</b>
3	Memiliki pemasok bahan baku tetap	<b>0.15</b>	<b>4</b>	<b>0.60</b>
4	Kualitas barang sesuai	<b>0.10</b>	<b>3</b>	<b>0.30</b>
5	Usaha sesuai peraturan pemerintah	<b>0.10</b>	<b>3</b>	<b>0.30</b>
<b>Sub Total</b>		<b>0.50</b>		<b>1.80</b>
<b>Ancaman</b>				
1	Memesan barang dalam jumlah banyak	<b>0.05</b>	<b>3</b>	<b>0.15</b>
2	Pengiriman bahan baku tepat waktu	<b>0.15</b>	<b>3</b>	<b>0.45</b>
3	memiliki pesaing	<b>0.15</b>	<b>3</b>	<b>0.45</b>
4	Merasa terganggu adanya pesaing	<b>0.10</b>	<b>2</b>	<b>0.20</b>
5	Memiliki kesamaan produk dengan pesaing	<b>0.05</b>	<b>3</b>	<b>0.15</b>
<b>Sub Total</b>		<b>0.50</b>		<b>1.40</b>
<b>Total</b>		<b>1.00</b>		<b>3.20</b>

Sumber : Data diolah, 2021.

Selanjutnya nilai skor masing-masing aspek bisa dirinci, Kekuatan : **2,15**, Kelemahan: **1,20**, Kesempatan : **1,80** dan Ancaman : **1,40**. Sedangkan total nilai skor keseluruhan untuk aspek internal merupakan : **3,10** dan aspek eksternal merupakan **3,20**.

**Diagram Matrix SWOT**

**Gambar 4.1 Diagram MatrixSWOTDjayit Konveksi**



Sumber : data diolah tahun 2017

**Matriks SWOT**

Pada tabel 4.5 dan tabel 4.6 dibisakan hasil analisis matriks IFAS dan EFAS yang telah disusun pada matriks SWOT untuk mengkaji rumusan alternatif rencana *strength-opportunity* (So), *weakness-opportunity* (Wo), *strength-threat* (ST) dan *weakness-threat* (WT). Hasil analisis matriks SWOT bisa dilihat pada tabel 4.7 dibawah ini:

**Tabel 4.7 Kombinasi Rencana Matriks SWOT**

<p><b>IFAS</b></p> <p><b>EFAS</b></p>	<p><b>Strength :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Pengaruh produk</li> <li>b. Macam – macam produk</li> <li>c. Kemudahan menbisakan bahan baku</li> <li>d. Kelengkapan fasilitas</li> <li>e. Pelayanan yang diberikan</li> </ul>	<p><b>Weakness :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Perbandingan dengan harga produk</li> <li>b. Beban biaya iklan</li> <li>c. Mudah dijangkau pengguna</li> <li>d. Kecepatan pekerja dalam melayani pengguna</li> <li>e. Tingkat kepercayaan terhadap pekerja</li> </ul>
---------------------------------------	---	--

<p><b>opportunity:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Memiliki pengguna yang setia</li> <li>Kemampuan membeli pengguna</li> <li>Memiliki pemasok bahan baku tetap</li> <li>Kualitas barang sesuai</li> <li>Usaha sesuai peraturan pemerintah</li> </ol>	<p><b>Rencana So :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Djayit Konveksi memberikankan harga yang bisa di jangkau oleh pengguna sehingga pengguna bisa melakukan pembelian ulang atau melakukan pembelian dalam jumlah besar</li> <li>Djayit Konveksi memperbaiki kualitas produk yang ada dan sesuai dengan iklan yang dipromosikan</li> </ol>	<p><b>Rencana Wo :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Djayit Konveksi menyebabkan lokasi pemasaran produk perusahaan tidak terlalu jauh dari lokasi rencanas sehingga pengguna bisa dengan mudah menjangkau lokasi</li> <li>Djayit Konveksi meningkatkan sikap karyawan dalam melayani pengguna serta mencari tenaga pemasaran yang berbakat</li> </ol>
<p><b>Threath :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Memesan barang dalam jumlah banyak</li> <li>Pengiriman bahan baku tepat waktu</li> <li>memiliki pesaing</li> <li>Merasa terganggu adanya pesaing</li> <li>Memiliki kesamaan produk dengan pesaing</li> </ol>	<p><b>Rencana ST :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Djayit Konveksi meningkatkan kualitas cita rasa produk agar menjadi lebih baik dengan menggunakan teknologi yang sudah ditingkatkan</li> <li>melakukan iklan yang baik yang bisa dengan mudah menarik keinginan pengguna dalam membeli produk Djayit Konveksi dan bisa mengatasi kompetisi yang ada</li> </ol>	<p><b>Rencana WT :</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Djayit Konveksi meningkatkan pelayanan melalui karyawan agar pengguna merasa nyaman dan keluhannya teratasi dengan baik</li> <li>Djayit Konveksi Bersama menyebabkan ciri khas produk yang berbeda yang tidak memiliki kesamaan dengan perusahaan lain</li> <li>Djayit Konveksi membuka kantor pemasaran baru yang mudah dijangkau pengguna</li> </ol>

Sumber: peneliti tahun 2021

#### 4. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan paparan dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya bisa ditarik beberapa kesimpulan yaitu kesimpulan dari artikel ini yaitu kesimpulan yang diambil dari analisis SWOT bisa disimpulkan beberapa rencana yang bisa diterapkan oleh Djayit Konveksi dalam upaya untuk meningkatkan daya saing, merupakan :

##### 1. Rencana Biaya Rendah (*cost leadership*)

Rencana ini memungkinkan perusahaan untuk menahan kompetisi harga dan bahkan menjadi pemimpin pasar dalam menentukan harga dan secara aktif meningkatkan efisiensi dan efektivitas biaya untuk memastikan tingkat keuntungan pasar yang tinggi (di atas rata-rata) dan stabil.

##### 2. Rencana diferensiasi

Rencana Pembedaan Produk (*differentiation*), mendorong perusahaan untuk sanggup menemukan keunikan tersendiri dalam pasar yang jadi sasarannya.

##### 3. Rencana Fokus (*focus*)



Rencana fokus dipergunakan untuk mendirikan kualitas bersaing dalam suatu bagian pasar yang lebih sempit. Rencana jenis ini ditujukan untuk melayani kebutuhan pengguna yang jumlahnya relatif kecil dan dalam pengambilan ketetapannya untuk membeli relatif tidak dipengaruhi oleh harga.

### **Saran**

Berdasarkan hasil pemaparan dan pembahasan, Djayit Konveksi Bandar Lampung dapat mempertimbangkan beberapa saran sebagai berikut:

1. Djayit Konveksi meningkatkan pelayanan melalui karyawan agar pengguna merasa nyaman dan keluhannya teratasi dengan baik
2. Djayit Konveksi Bersama menyebabkan ciri khas produk yang berbeda yang tidak memiliki kesamaan dengan perusahaan lain
3. Djayit Konveksi membuka kantor pemasaran baru yang mudah dijangkau pengguna.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Aaker, David A. 2013. *Manajemen Pemasaran Strategi*. Edisi kedelapan. Jakarta: Salemba Empat.
- Afandi, P. 2018. *Manajemen Teori, Konsep dan Indikator*. Zanafa Publishing: Riau
- Amirullah. 2015. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Anatan, Lina dan Lena Ellitan. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Bisnis Modern*. Bandung: Alfabeta
- Ardansyah, A., Wulan, S. and Patmarina, H., 2017. Pengembangan Model Strategi Bisnis Pengusaha Keripik Di Kawasan Sentra Industri Keripik Kelurahan Segala Mider Bandar Lampung. *PENELITIAN MANDIRI UNIVERSITAS BANDAR LAMPUNG*.
- Diyanti, Yulihar. 2018. *Analisis SWOT sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Usaha Tahu di Desa Hajoran Kecamatan Sungai Kanan Kabupaten Labuhan Batu Selatan*. Skripsi . Medan: Universitas Negeri Islam Sumatera Utara
- Fayol, Henry. 2016. *General and Industrial Management*. London: Constance Storrs, Ravenoi Books
- Ferdinand, A. 2003. *Struktural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Univeritas Diponogoro
- Freddy Rangkuti. 20014. *ANALISIS SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta.:PTGramedia Pustaka Utama
- Fred, R. David. 2016. *ManajemenStrategik Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing*. Edisi 15. Jakarta: Penerbit Selamba Empat
- Fred, R. David. 2011. *ManajemenStrategis Konsep*. Edisi 12. Jakarta: Penerbit Selamba Empat
- Frinces, Z. Heflin.2011. *Persaingan & Daya saing: Kajian Strategis Globalisasi Ekonomi*. Jogjakarta: Mida Pustaka

**Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB)**

ISSN: 2745-892x

Vol. 2, No. 1, April 2021

Harapan, Aninda. 2017. *Analisis Strategi Bisnis dalam Meningkatkan Daya Saing PT Srijaya Ciptagraha*. Vol. 1 No 2. Jakarta: Universitas Tarumanegara

Hasibuan, Malayu. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara

Joewono. 2012. Pengertian perencanaan edisi 12 halaman 3

Kotler, Philip dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua Belas*. Jakarta: PT. Indeks

Luke, Yakobus. 2019. *Analisis Strategi Bisnis Pada PT Galleon Cahaya Investama Untuk Meningkatkan Daya Saing dalam Persaingan di Pasar*. Vol. 3 No 3. Jakarta : Universitas Tarumanegara

Lukmandono. 2015. *Analisis SWOT untuk Menentukan Keunggulan Strategi Bersaing di Sektor Industri Kreatif*. Seminar Nasional Sains dan Teknologi Terapan III. Surabaya: Institut Teknologi Adhi Tama

Maulina, Erna dan Meci Nilam Sari. 2017. *Kebijakan Dan Strategi Bisnis Wanita Pengusaha: Studi Pada Usaha Kecantikan Salon Nadisse*. Jurnal AdBispreneur Vol. 2 No.1

Muhardi. 2007. *Strategi Operasi: Untuk Keunggulan Bersaing*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Patmarina, H., & Hentonto, H. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Nathani Indonesia di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(1).

Patmarina, H., & Erisna, N. (2012). Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Yang Dimediasi Oleh Produktivitas Kerja Perusahaan CV. Laut Selatan Jaya Di Bandar Lampung. *Jurnal manajemen dan Bisnis*, 3(1).

Patmarina, H. and Wiratama, M.F., 2016. Analisis Pengaruh Harga Jual dan Biaya Promosi Terhadap Nilai Penjualan Motor Yamaha Mio M3 pada PT Langgeng Prima Mandiri di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 6(2).

Rachmat. 2014. *Manajemen Strategik*. Bandung: CV Pustaka Setia

Rangkuti, Freddy. 2013. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Reswanda. 2012. *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Pembelajaran Organisasi, Keunggulan Daya Saing Berkelanjutan dan Kinerja Usaha Pada UMKM Kerajinan Kulit Berorientasi Ekspor di Sidoarjo*. Jurnal JEAM Vol. 11 No. 2