

## **Analisis Strategi Bersaing Pada Usaha Sembako di Kecamatan Barong Tongkok**

**Andi Anwar Sada<sup>1</sup>, Finnah Fourqoniah<sup>2</sup>**

<sup>1</sup> Administrasi Bisnis, Fakultas ilmu sosial dan politik, universitas mulawarman, samarinda

<sup>2</sup> Administrasi Bisnis, Fakultas ilmu sosial dan politik, universitas mulawarman, samarinda

### **Abstrak**

Persaingan retail modern dan usaha sembako di Kecamatan Barong Tongkok telah terjadi sejak beberapa tahun yang lalu yang mengakibatkan persaingan semakin ketat. Selain itu ditambah dengan banyaknya pesaing baru. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis serta menentukan strategi bersaing yang tepat untuk ketiga usaha sembako tersebut. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif. Sumber data penelitian diperoleh dari informan utama yaitu pemilik atau kepala toko. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini berupa wawancara dan observasi. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis SWOT ( IFAS, EFAS, Diagram Analisis SWOT, dan Matriks SWOT). Hasil dan kesimpulan dari penelitian ini adalah memberikan pelayanan yang terbaik, agar dapat mempertahankan pelanggan dan menarik minat untuk berbelanja di toko. Pengelolaan yang efisien, serta adaptasi terhadap persaingan dan perubahan pasar untuk mencapai target dan mempertahankan bisnis mereka. Strategi yang didapatkan dari pemetaan matriks SWOT dari ketiga usaha sembako tersebut adalah strategi ST.

**Kata Kunci:** *Strategi Bersaing; Analisis SWOT; Usaha Sembako*

### **Abstract**

Competition in modern retail and basic food businesses in the Barong Tongkok sub-district has been going on for several years, resulting in increasingly tight competition and the addition of many new competitors. This research aims to find out, analyze and determine appropriate competitive strategies for the three basic food businesses. The type of research used in this research is qualitative. The research data source was obtained from the main informant, namely the shop owner or head. Data collection techniques in this research are interviews and observations. The analysis technique used is SWOT analysis (IFAS, EFAS, SWOT Analysis Diagram and SWOT Matrix). The results and conclusions of this research are to provide the best service, in order to retain customers and attract interest in shopping at the store. Efficient management, as well as adaptation to competition and market changes to achieve targets and maintain their business. The strategy obtained from mapping the SWOT matrix of the three basic food businesses is the ST strategy.

---

Copyright (c) 2024 **Andi Anwar Sada**

✉ Corresponding author :

Email Address : [andisada78@gmail.com](mailto:andisada78@gmail.com)

## PENDAHULUAN

Persaingan pada suatu kegiatan usaha bukanlah suatu masalah yang kebetulan atau nasib buruk, persaingan dalam suatu industri merupakan akar dari struktur ekonomi yang mendasari dan berkembang independen dari perilaku pesaing. Karena semakin sengitnya persaingan usaha, pelaku usaha diharapkan memiliki pemahaman mendalam tentang bagaimana mengelola berbagai sumber daya yang dimilikinya. Kunci untuk meraih keberhasilan dalam persaingan terletak pada kemampuan pelaku usaha untuk menciptakan keunggulan bersaing. Memilih strategi bisnis yang tepat dalam melakukan persaingan menjadi salah satu hal yang utama, dimana dengan melakukan perencanaan strategi bisnis pelaku usaha dapat memenangkan persaingan usaha dalam merebut pangsa pasar.

Strategi bisnis merupakan jalur yang akan diambil oleh perusahaan ataupun organisasi untuk mengimplementasikan misi bisnisnya dengan tujuan mencapai visi atau target bisnisnya. Merencanakan strategi bisnis dalam pengambilan keputusan suatu unit bisnis. Dalam hal ini hanya menunjukkan cara-cara dalam bersaing (Muljono, 2012). Pengembangan strategi bersaing melibatkan formulasi umum mengenai bagaimana bisnis dapat bersaing, menetapkan tujuan yang harus dicapai, dan merancang kebijakan yang diperlukan untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut. Setiap pelaku usaha memiliki tekad untuk terus berkembang dan bertahan dalam jangka panjang. (Susetyaningsih, 2008). perihal ini juga berlaku pada Toko Sulawesi di Barong Tongkok dalam menjalankan bisnisnya.

Barong Tongkok merupakan salah satu daerah di Kabupaten Kutai Barat. Banyak masyarakat yang melakukan aktifitas usaha, salah satu usaha yang berkembang yaitu toko sembako, Banyak masyarakat yang membuka usaha tersebut. Di daerah Barong Tongkok ada beberapa toko sembako yang tergolong besar dan jadi tempat untuk para pelaku mengambil barang untuk di jual.

Usaha sembako menjadi salah satu usaha yang penting dikarenakan menyediakan berbagai macam kebutuhan pokok Masyarakat. berdasarkan data dari dinas perdagangan, koperasi usaha kecil dan menengah kabupaten Kutai Barat, di Barong Tongkok pada saat ini pelaku usaha sembako terdapat 55 usaha sembako yang ada di Kecamatan Barong Tongkok. dan yang terbanyak terdapat di kelurahan barong tongkok dengan jumlah usaha sembako sebanyak 25 usaha sembako.

Dalam waktu beberapa tahun terakhir, para pelaku usaha sembako di daerah tersebut mulai khawatir karena banyaknya pesaing baru dan juga masuknya retail modern yang dimana menurut masyarakat setempat merasa dapat membuat para pembeli lebih memilih retail modern.

Kabar masuknya retail modern sudah ada sejak lama dan beberapa para pelaku usaha sempat pada waktu itu menolak untuk masuknya retail modern di daerah tersebut, namun tahun 2019 retail modern mulai masuk di Kecamatan Barong Tongkok. Dan pada saat ini retail modern di Kecamatan Barong Tongkok berjumlah 16 usaha retail modern.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil objek penelitian 3 toko yaitu toko Sulawesi, Toko Belawa, dan Toko Andi Akram. ketiga toko tersebut merupakan salah satu distributor sembako yang menjual berbagai produk produk dan telah berdiri kurang lebih sejak 20 tahun yang lalu di Kecamatan Barong Tongkok. Usaha distributor sembako di daerah tersebut sekarang sudah sangat banyak. dimana hal tersebut yang membuat persaingan di daerah tersebut lumayan sengit. Salah satu

masalah bagi Toko Sulawesi pengelolaan keuangan yang kurang baik, berkurangnya pelanggan, dan tidak adanya strategi yang di gunakan untuk menjalankan usaha sehingga membuat pendapatan beberapa tahun belakangan mulai menurun dan tidak stabil. Jika dibandingkan dengan beberapa usaha di daerah tersebut yang udah berdiri sejak lama seperti toko belawa dan toko andi akram yang cenderung stabil atau meningkat.

Saat ini telah terdapat banyak toko sembako yang mulai buka dan memberikan berbagai macam kebutuhan sembako dengan harga yang semakin bersaing. Dengan banyaknya pesaing dan tidak adanya strategi yang diterapkan pada usaha sembako Toko Sulawesi yang menjadi masalah pada saat ini, Oleh karena itu, langkah awal yang esensial adalah menjalankan evaluasi analisis SWOT. SWOT, sebagai suatu metode perencanaan umumnya diterapkan oleh Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Analisis SWOT adalah kerangka kerja yang dipergunakan untuk menilai posisi suatu entitas bisnis dengan tujuan mengembangkan perencanaan strategis. Singkatan SWOT sendiri merujuk pada kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*). Oleh sebab itu, tahapan kritis yang harus ditempuh adalah melakukan evaluasi analisis SWOT sebagai suatu teknik perencanaan yang lazim diadopsi oleh UKM.

Berdasarkan latar belakang tersebut, ada beberapa tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi bersaing yang diterapkan oleh pelaku usaha sembako di Kecamatan Barong Tongkok. Yang kedua yaitu untuk menganalisis strategi bersaing usaha sembako di Kecamatan Barong Tongkok.

## METODOLOGI

Sumber data pada penelitian ini berasal dari informan yang diwawancari. Dengan meneliti beberapa usaha sembako di Kecamatan Barong Tongkok yang menjadi informan dari penelitian. Informan yang dimaksud adalah sebagai berikut :

- a. Ibu Nurhani P selaku pemilik/kepala toko dari Toko Sulawesi.
- b. Bapak Ahmad Hukmi selaku pemilik /kepala toko dari Toko Belawa.
- c. Bapak Andi Muhammad Fadil selaku pemilik /kepala toko dari Toko Andi Akram.

Teknik Penelitian ini dengan mengumpulkan data melalui wawancara dan observasi. Pendekatan wawancara semi-terstruktur dipilih dengan tujuan memberikan fleksibilitas yang lebih besar selama interaksi dengan responden, memperoleh informasi yang terperinci terkait masalah yang sedang diteliti dan memungkinkan ekspresi yang lebih bebas. Sementara itu, penggunaan observasi dijustifikasi oleh ketidakpastian peneliti terkait dengan aspek apa yang akan diamati di lapangan. Dengan demikian, pengamatan yang bersifat tidak terstruktur diharapkan dapat memberikan tambahan informasi yang bernilai meskipun dampaknya mungkin tergolong kecil. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis SWOT yang menjabarkan faktor internal dan eksternal dengan cara perhitungan IFAS dan EFAS yang kemudian akan dibuat diagram SWOT dan dilanjutkan dengan membuat matriks SWOT.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti mengenai strategi bersaing pada usaha sembako di Kecamatan Barong Tongkok, sebagai berikut :

Strategi bersaing yang diterapkan oleh ketiga toko sembako di Kecamatan barong tongkok memiliki kesamaan yaitu memberikan pelayanan terbaik. Dengan memberikan pelayanan yang terbaik di harap agar dapat mempertahankan pelanggan yang ada dan menarik minat para pembeli untuk berbelanja di toko. Untuk target kedepan ketiga toko tersebut belum ada rencana untuk membuka cabang atau toko di tempat lain namun toko belawa kemungkinan suatu saat akan membuka cabang atau toko di tempat lain. Namun Secara keseluruhan, ketiga toko sembako tersebut menunjukkan Upaya dalam meningkatkan kualitas pelayanan, pengelolaan yang efisien, serta adaptasi terhadap persaingan dan perubahan pasar untuk mencapai target dan mempertahankan bisnis mereka.

Berdasarkan data yang telah diolah, hasil dari analisis faktor internal dan eksternal, analisis SWOT, dan matriks SWOT sebagai berikut :

### Analisis faktor internal dan eksternal usaha sembako di Kecamatan barong tongkok

**Tabel 1.** Faktor internal dan eksternal usaha sembako di Kecamatan barong tongkok

Faktor internal	Faktor eksternal
<p>Kekuatan :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Lokasi toko strategis ditengah kota</li> <li>2. Kualitas pelayanan yang baik dan ramah</li> <li>3. Hubungan yang baik antara pemilik dan karyawan</li> <li>4. Pemilik memiliki semangat kerja yang tinggi</li> </ol>	<p>Peluang</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Peningkatan permintaan pasar akan produk sembako</li> <li>2. Adanya trend belanja online yang meningkat</li> </ol>
<p>Kelemahan</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kurangnya pengelolaan dalam hal keuangan</li> <li>2. Manajemen pemasaran yang kurang sehingga kurang menarik konsumen</li> <li>3. Keterbatasan stok barang sehingga menurunkan minat konsumen</li> </ol>	<p>Ancaman</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Semakin ketatnya persaingan dengan toko lain di sekitar</li> <li>2. Persaingan harga yang ketat dengan sesama toko sembako lainnya</li> <li>3. Fluktuasi harga yang mempengaruhi harga produk sembako</li> <li>4. Masuknya pesaing baru</li> </ol>

Sumber : Data diolah, 2024

### Analisis SWOT

Setelah melakukan analisis faktor internal dan eksternal, kemudian dibobot dan rating faktor internal dan eksternal. Pemberian bobot faktor internal dan eksternal didasarkan pada hasil penyebaran kuesioner yang telah dilakukan peneliti terhadap responden yang telah dilakukan. Responden memberikan jawabannya dalam bentuk skala. Jawaban dari responden tersebut akan diolah hingga mendapatkan angka tertentu. Berikut suunan tabel yang merupakan hasil dari analisis yang telah dilakukan :

**Tabel 2.** Hasil kuesioner bobot internal dan eksternal usaha sembako di Kecamatan Barong Tongkok

Indikator pertanyaan		Responden			Jumlah bobot
		1	2	3	
Kekuatan	1	5	5	4	14
	2	5	5	3	13
	3	4	5	4	13
	4	4	4	3	11
Kelemahan	1	4	2	2	8
	2	4	3	2	9
	3	4	4	3	11
Peluang	1	5	4	3	12
	2	3	4	3	10
Ancaman	1	5	4	3	12
	2	4	4	3	11
	3	3	3	2	8
	4	4	3	4	11

Dari tabel 2 hasil kuesioner bobot internal dan eksternal diatas, ada 3 responden yaitu ketiga pemilik usaha sembako di Kecamatan Barong Yongkok.

**Tabel 3.** Bobot Relative Faktor Internal Dan Eksternal Usaha Sembako Di Kecamatan Barong Tongkok

No	Pertanyaan	Bobot item	Bobot Relatif
	Indikator Kekuatan		
1	Lokasi toko yang strategis ditengah kota	14	0.177
2	Kualitas pelayanan yang baik dan ramah	13	0.164
3	Hubungan yang baik antara pemilik dan karyawan	13	0.164
4	Pemilik memiliki semangat kerja yang tinggi	11	0.139
	Total Nilai Kekuatan	51	0.645
No	Indikator Kelemahan		
	Kurangnya pengelolaan dalam hal keuangan	8	0.101
	Manajemen pemasaran yang kurang sehingga kurang menarik konsumen	9	0.113

	Keterbatasan stok barang sehingga menurunkan minat konsumen	11	0.139
	Total Nilai Kelemahan	28	0.354
	Total Faktor Internal	79	1
	Indikator Peluang		
	Peningkatan permintaan pasar akan produk sembako	12	0.187
	Adanya trend belanja online yang meningkat	10	0.156
	Total Nilai Peluang	22	0.343
	Indikator Ancaman		
	Semakin ketatnya persaingan dengan toko sembako lain di sekitar	12	0.187
	Persaingan harga yang ketat dengan sesama toko sembako lainnya	11	0.171
	Fluktuasi harga yang mempengaruhi harga produk sembako	8	0.125
	Masuknya pesaing baru	11	0.171
	Total Nilai Ancaman	42	0.656
	Total Faktor Eksternal	64	1

Dari tabel 3 bobot relative faktor internal dan eksternal, bobot item diperoleh dari perjumlahan nilai dari 3 responden dari tiap indikator. Nilai bobot relatif didapat dari perhitungan (bobot relatif = bobot item : total Faktor internal/eksternal). Total bobot relatif untuk faktor internal dan eksternal jumlahnya tidak boleh melebihi 1,00

### **Internal Factors Analysis Summary (IFAS)**

*Internal Factors Analysis Summary (IFAS)* menggambarkan besarnya pengaruh antara faktor-faktor internal terhadap pembuatan strategi Perusahaan. Berikut tabel *internal factors analysis summary (IFAS)*

Tabel 4. Internal Factors Analysis Summary (IFAS)

No	Pertanyaan	Bobot Relatif	Rating	Skor
	Indikator Kekuatan			
1	Lokasi toko yang strategis ditengah kota	0.177	4	0.708
2	Kualitas pelayanan yang baik dan ramah	0.164	3	0.492
3	Hubungan yang baik antara pemilik dan karyawan	0.164	4	0.656
4	Pemilik memiliki semangat kerja yang tinggi	0.139	3	0.417

	Total Nilai Kekuatan	0.645		2.273
No	Indikator Kelemahan			
	Kurangnya pengelolaan dalam hal keuangan	0.101	3	0.303
	Manajemen pemasaran yang kurang sehingga kurang menarik konsumen	0.113	3	0.339
	Keterbatasan stok barang sehingga menurunkan minat konsumen	0.139	3	0.417
	Total Nilai Kelemahan	0.354		1.059
	Total Faktor Internal	1		3.332

Dari hasil tabel 4 internal factor analysis summary (IFAS), faktor kekuatan = 2.273 dan faktor kelemahan = 1.059, dan total internal factor analysis summary (IFAS) adalah 3.332 yang diperoleh dari penjumlahan total skor kekuatan dan total skor kelemahan yang diperoleh dari (bobot relative x rating) pada masing masing indikator kekuatan dan kelemahan

#### *External Factors Analysis Summary (EFAS)*

External Factors Analysis Summary (EFAS) menggambarkan besarnya pengaruh antara faktor-faktor eksternal terhadap pembuatan strategi Perusahaan. Berikut tabel *External Factors Analysis Summary (EFAS)*

Tabel 5. *External Factors Analysis Summary (EFAS)*

No	Pertanyaan	Bobot Relatif	Rating	Skor
	Indikator Peluang			
1	Peningkatan permintaan pasar akan produk sembako	0.187	3	0.561
2	Adanya trend belanja online yang meningkat	0.156	3	0.468
	Total Nilai Peluang	0.343		1.029
	Indikator Ancaman			
1	Semakin ketatnya persaingan dengan toko sembako lain di sekitar	0.187	3	0.561
2	Persaingan harga yang ketat dengan sesama toko sembako lainnya	0.171	3	0.513
3	Fluktuasi harga yang mempengaruhi harga produk sembako	0.125	3	0.375
4	Masuknya pesaing baru	0.171	3	0.513
	Total Nilai Ancaman	0.656		1.962
	Total Faktor Eksternal	1		2.991

Dari hasil tabel 5 external factor analysis summary(EFAS), faktor peluang = 1.092 dan faktor ancaman = 1.962, dan total dari external factors analysis summary(EFAS) bernilai 2.991 yang diperoleh dari penjumlahan total skor peluang dan total ancaman yang diperoleh dari perkalian (bobot relatif x rating) pada masing masing indikator peluang dan ancaman.

### Diagram Analisis SWOT

Dari tabel perhitungan internal factors analysis summary(IFAS) dan External Factor Analysis Summary(EFAS). Diketahui total skor dari masing-masing faktor dengan rincian sebagai berikut

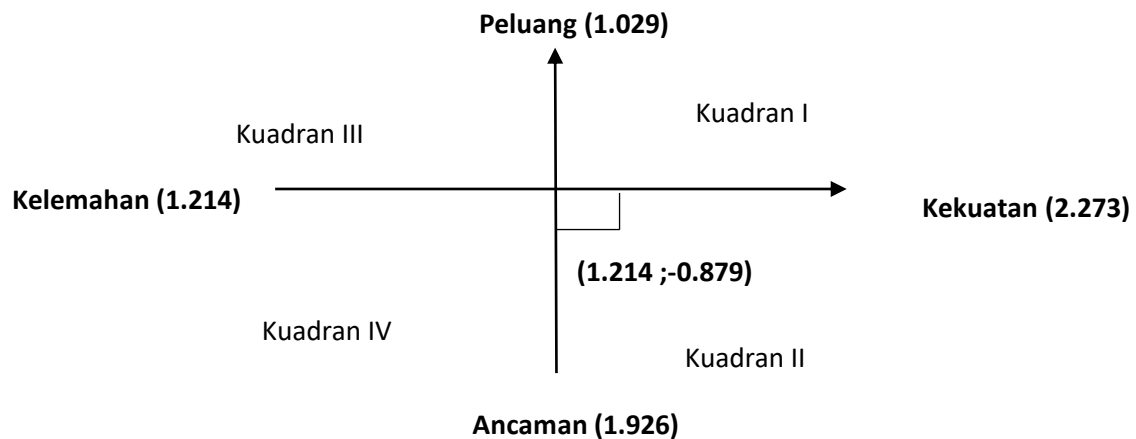
- Faktor Kekuatan (strengths) : 2.273
- Faktor Kelemahan (weaknesses) : 1.059
- Faktor Peluang (opportunities) : 1.029
- Faktor Ancaman (Threats) : 1.962

untuk dapat menentukan nilai sumbu X dan Y, digunakan perhitungan sebagai berikut :

$$X = \text{Kekuatan} - \text{Kelemahan} = 2.273 - 1.059 = 1.214$$

$$Y = \text{peluang} - \text{Ancaman} = 1.029 - 1.962 = -0.897$$

Koordinat sumbu X dan Y (1.214 dan -0.897) dimasukkan kedalam diagram analisis SWOT diagram 4 kuadran. Berikut diagram analisis SWOTnya:



Pada diagram analisis SWOT gambar 1 menunjukkan bahwa kondisi usaha sembako di Kecamatan Barong Tongkok berada pada kuadran II. Rekomendasi strategi yang diberikan adalah strategi diversifikasi.

### Matriks SWOT

Identifikasi pada faktor internal dan eksternal maka tercipta empat strategi utama yaitu strategi SO (Strength dan Opportunity), WO (Weakness dan Opportunity), ST (Strength dan Threats) dan WT (Weakness dan Threats). Berikut penilaian kombinasi untuk faktor internal dan eksternal

**Tabel 6.** Nilai Kombinasi matriks SWOT

IFAS EFAS	<i>Strangth (S)</i>	<i>Weaknesses (W)</i>
<i>Opportunities (O)</i>	Strategi SO $2.273 + 1.029 = 3.302$ I	Strategi WO $1.059 + 1.029 = 2.088$ III
<i>Threats (T)</i>	Strategi ST $2.273 + 1.926 = 4.199$ II	Strategi WT $1.059 + 1.926 = 2.985$ IV

Hasil pada tabel 6 diatas menunjukkan bahwa strategi utama yang dihasilkan adalah strategi ST dengan nilai tertinggi 4.199 pada posisi II. Nilai 4.199 didapat dari penjumlahan antara kekuatan (Strength ) dengan ancaman (Threath). Strategi ST berdasarkan jalan pikir Perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk mengatasi ancaman. Berikut altrnatif strategi yang dibuat kedalam analisis matriks SWOT :

Faktor Internal Faktor Eksternal	<i>Strangth (S)</i>	<i>Weaknesses (W)</i>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>Lokasi toko yang strategis ditengah kota</li> <li>Kualitas pelayanan yang baik dan ramah</li> <li>Hubungan yang baik antara pemilik dan karyawan</li> <li>Pemilik memiliki semangat kerja yang tinggi</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Kurangnya pengelolaan dalam hal keuangan</li> <li>Kurangnya manajemen pemasaran sehingga kurang menarik minat konsumen</li> <li>Keterbatasan stok barang sehingga menurunkan minat konsumen</li> </ol>
<i>Opportunities (O)</i>	Strategi SO	Strategi WO
<ol style="list-style-type: none"> <li>Peningkatan permintaan pasar akan produk sembako</li> <li>Adanya trend belanja online yang meningkat</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Memanfaatkan Lokasi yang strategis untuk meraik banyak pembei dengan mengoptimalkan pelayanan dan produk (S1, S2, O1)</li> <li>Menggunakan hubungan baik pemilik dan karyawan untuk meningkatkan semangat kerja dan mengimplementasikan belanja online (S3,S4, O2).</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Meningkatkan pengelolaan keuangan dengan memanfaatkan peningkatan permintaan pasar untuk memaksimalkan keuntungan.( W1, O2.)</li> </ol>

		2. Memperbaiki manajemen pemasaran dengan mengadopsi teknologi dan strategi pemasaran online (W2, O2)
<p><i>Threats (T)</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persaingan yang semakin ketat dengan toko sembako lain di sekitar</li> <li>2. Persaingan harga yang ketat dengan sesama toko sembako lainnya</li> <li>3. Fluktuasi harga bahan baku yang dapat mempengaruhi harga produk sembako</li> <li>4. Masuknya Pesaing Baru</li> </ol>	<p>Strategi ST</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengoptimalkan Lokasi strategis untuk menghadapi persaingan yang ketat. (S1, T1)</li> <li>2. mengembangkan kualitas pelayanan dan hubungan baik pemilik dan karyawan untuk menghadapi persaingan harga dan masuknya pesaing baru ( S2,S3, T2,T4).</li> </ol>	<p>Strategi WT</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memperbaiki pengelolaan keuangan dan meningkatkan manajemen pemasaran untuk mengurangi dampak dari persaingan ketat dan persaingan harga (W1,W2 T1,T2 )</li> <li>2. Mengelola stok barang dengan lebih baik untuk menghadapi fluktuasi harga dan masuknya pesaing baru (W3, T3,T4 )</li> </ol>

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa strategi bersaing yang diterapkan oleh pelaku usaha sembako di Kecamatan Barong Tongkok memiliki kesamaan yaitu memberikan pelayanan terbaik. Dengan memberikan pelayanan yang terbaik di harap agar dapat mempertahankan pelanggan yang ada dan menarik minat para pembeli untuk berbelanja di toko. Untuk target kedepan ketiga toko tersebut belum ada rencana untuk membuka cabang atau toko di tempat lain namun toko belawa kemungkinan suatu saat akan membuka cabang atau toko di tempat lain. Namun Secara keseluruhan, ketiga toko sembako tersebut menunjukkan Upaya dalam meningkatkan kualitas pelayanan, pengelolaan yang efisien, serta adaptasi terhadap persaingan dan perubahan pasar untuk mencapai target dan mempertahankan bisnis mereka.

## Referensi :

Adilah, H. G., & Suryana, Y. (2021). Manajemen Strategik Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Madrasah Ibtidaiyah. *Jurnal Isema : Islamic Educational Management*, 6(1), 87-94. <https://doi.org/10.15575/isema.v6i1.11037>

- Afrizal. (2017). *Metode penelitian kualitatif: sebuah upaya mendukung penggunaan penelitian dalam berbagai disiplin ilmu* (Cetakan ke). Rajawali pers.
- David, F. R. (2017). *Manajemen Strategik Edisi 15 :Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing* (S. Empat (ed.)).
- Limantoro, L. V, Bisnis, P. M., Manajemen, P. S., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2018). *Perusahaan Jasa Kebersihan. Program Manajemen Bisnis, 6(2), 1-7.*
- MIRANTI. (2019). *ANALISIS DAMPAK KEHADIRAN MINIMARKET TERHADAP OMSET PEDAGANG WARUNG KELONTONG DI JALAN MANURUKI MAKASSAR.* 41-47.
- Muljono, D. (2012). *Buku Pintar Strategi Bisnis Koperasi Simpan Pinjam.* ANDI, 2012.
- murdiyanto eko. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif.* Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UPN "Veteran" Yogyakarta Press.
- Patilima, H. (2011). *Metode penelitian kualitatif edisi revisi (revisi).* ALFABETA.
- Purba, A., Suliantoro, H., & Rumita, R. (2015). *Perancangan Strategi Bisnis dengan Menggunakan Matriks SWOT (Studi Kasus: Bank Jateng Pusat Semarang).* *Industrial Engineering Online Journal, 4(4).*
- Putriani, D. (2017). *Analisis Swot Sebagai Asar Perumusan Strategi Bersaing Pada Produk Asuransi Jiwa Perorangan Ajb Bumiputera 1912 Kpr Pekanbaru.* *Journal of Chemical Information and Modeling, 53(9), 1689-1699.*
- Rangkuti Freddy. (2015). *ANALISIS SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis.* gamedia pustaka utama.
- Rangkuti Freddy. (2016). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating dan OCAI (Cet.22).* gamedia pustaka utama.
- Sampurno. (2011). *Manajemen Stratejik: Menciptakan Keunggulan Bersaing Yang Berkelanjutan.* gadjah mada university.
- Sugiyono. (2010). *Metode penelitian pendidikan : pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D.* ALFABETA.
- Susetyaningsih, A. (2008). *ANALISIS FAKTOR KEAHLIAN DAN KEPERCAYAAN PADA TENAGA PENJUALAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH GUNA MENCAPAI LOYALITAS (Studi Kasus pada Asuransi Jasindo Cabang Semarang).*
- Yatminiwati, M. (2019). *Manajemen Strategi: Buku Ajar Perkuliahan Bagi Mahasiswa.* In *Widya Gama Press.*