

# MANAJEMEN STRATEGIK DALAM MENINGKATKAN BISNIS DI PANTI ASUHAN PUTERI AISYIAH MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH

Rizki Indah Sulistyowati<sup>1</sup>, Arie Syantoso<sup>2</sup>, Zakiyah<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Islam, Fakultas Ekonomi Syariah  
Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari

<sup>2</sup>Program Studi Islam, Fakultas Ekonomi Syariah  
Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari

<sup>3</sup>Program Studi Islam, Fakultas Ekonomi Syariah  
Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari

E-mail: [riski.indah08@gmail.com/08115117404](mailto:riski.indah08@gmail.com/08115117404)<sup>1</sup>, [ariesyantoso@yahoo.co.id](mailto:ariesyantoso@yahoo.co.id)<sup>2</sup>, [kikiayoenani@yahoo.com](mailto:kikiayoenani@yahoo.com)<sup>3</sup>

## ABSTRAK

Bisnis merupakan suatu organisasi yang menyediakan berbagai barang atau jasa untuk dijual dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan. Memperoleh keuntungan yaitu selisih antara penerimaan dengan biaya-biaya bisnis yang merupakan pendorong orang untuk memulai dan mengembangkan bisnis. Tujuan perencanaan bisnis adalah agar kegiatan bisnis yang akan di laksanakan maupun yang sedang berjalan tetap berada di jalur yang benar sesuai dengan kenyataan yang telah di rencanakan. Tujuan di lakukan manajemen strategi adalah untuk mengidentifikasi kesempatan dan ancaman yang akan di hadapi bisnis di masa depan serta menggali kemampuan sumber daya dan *skill* yang di miliki organisasi yang dapat di gunakan untuk menangani kesempatan dan ancaman sehingga tujuan organisasi dapat dicapai. Peneliti ini menggunakan Metode Kualitatif dengan pendekatan Studi Kasus, metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang di amati. Hasil penelitiannya adalah dengan melakukan kegiatan Promosi. Promosi yang di lakukan Panti Asuhan yaitu dengan cara membuat spanduk, brosur, dan lewat sosial media. Dan juga melakukan pelayanan yang prima, meningkatkan kenyamanan konsumen dan menambah produk yang baru. Produk yang di pilih harus yang banyak di cari atau yang di minati oleh masyarakat agar hasil dapat lebih maksimal.

**Kata Kunci:** Bisnis, Manajemen strategi, Organisasi, Promosi, Panti Asuhan.

---

## ABSTRACT

Business is an organisation that is providing various goods or service to be sold with the aim of making a profit. Get the advantage of the difference between revenue and the cost of business costs which is a driving force for people to start and grow a business. The purpose of business planning is that business activities that will be carried out as well as those that are running remain on the right track in accordance with the planned reality. The purpose of strategic management is to identify opportunities and threats that will be faced by businesses in the future and explore the capabilities of the resources and skills of the organization that can be used to handle them. so that organizational goals can be achieved. This researcher uses a qualitative method with a case study approach as a research procedure that produces descriptive data in the form of written or oral words from people and observed behavior. the results of his research are by conducting promotional activities. promotion by the Orphanage is by creating banners, brochures, and through social media. and also perform excellent service, increase consumer comfort and add new products. the chosen product must be the one that is sought or that is in demand by the community so that the results can be maximized.

**Keywords:** Business, Strategy Management, Organisation, Promotion, and Orphanage.

## PENDAHULUAN

Bisnis merupakan kegiatan dalam menjual produk atau jasa agar memberikan keuntungan bagi pemiliknya. Karena bisnis merupakan kegiatan beresiko maka akan memberikan kerugian baik dari segi material atau non-material. Namun apabila berhasil maka akan memberikan keuntungan dan kesejahteraan bagi pemiliknya. Agar terhindar dari resiko bisnis maka bisnis harus dijalankan dengan tepat dengan perencanaan yang matang dan pelaksanaan yang serius. Perencanaan bisnis dapat di pakai sebagai alat untuk mencari dana seperti lembaga keuangan. Dalam mendirikan suatu usaha, seorang usahawan harus mempunyai trik khusus agar produk atau jasa yang di jualnya laku. Tujuan perencanaan bisnis adalah agar kegiatan bisnis yang akan di laksanakan maupun yang sedang berjalan tetap berada di jalur yang benar sesuai dengan kenyataan yang telah di rencanakan.

Jenis-jenis strategi pengembangan usaha antara lain yaitu Strategi Integrasi Vertikal, strategi ini menghendaki agar perusahaan melakukan pengawasan yang lebih terhadap distributor, pemasok, dan para pesaingnya. Strategi intensif memerlukan usaha-usaha yang insentif untuk meningkatkan posisi persaingan perusahaan melalui produk yang ada. Strategi diversifikasi, strategi ini di maksudkan untuk menambah produk-produk baru dan strategi bertahan ini bermaksud agar perusahaan melakukan tindakan penyelamatan agar terlepas dari kerugian yang lebih besar

Manajemen strategis dapat di definisikan sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan lintas fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya. Tujuan manajemen strategi adalah untuk mengeksploitasi serta menciptakan berbagai peluang baru dan berbeda, perencanaan jangka panjang sebaliknya berusaha untuk mengoptimalkan tren-tren yang baru. Sebelum memulai bisnis, pebisnis harus menyusun, menetapkan dan melaksanakan strategi bisnisnya terlebih dahulu. Strategi bisnis tersebut meliputi lima sikap utama yaitu jujur, ikhlas, profesional, silaturahmi, niat suci dan ibadah, dan menunaikan zakat, infaq, dan sadaqoh. Manajemen strategi (*strategic management*) dapat diartikan sebagai penentuan serangkaian keputusan dan tindakan yang menyangkut arah perjalanan perusahaan di masa depan, penyelarasan sasaran setiap bagian perusahaan, pengelolaan sumber daya sesuai dengan lingkungannya, serta pembuatan siasat yang benar, yang di maksud untuk pencapaian sasaran-sasaran. Pengertian tersebut menunjukkan bahwa yang mula-mula harus di tetapkan dalam manajemen strategi adalah arah perusahaan di masa depan. Arah ini dapat berupa, misalnya, jenis usaha dalam perusahaan melakukan kegiatan. Setelah arah ini di rumuskan dengan jelas, para pengelola perusahaan kemudian harus menetapkan dan merumuskan keputusan-keputusan tentang apa yang dapat dilakukan. Keputusan-keputusan itu juga harus menjelaskan jumlah dan jenis sumber daya yang di butuhkan serta cara terbaik untuk mendayagunakannya. Semua keputusan tersebut harus di arahkan pada pencapaian sasaran perusahaan. Sasaran-sasaran ini dapat berupa tujuan dan misi yang sudah di tetapkan sebelumnya.

Proses manajemen strategi terdiri atas tiga tahap yaitu perumusan strategi, penerapan strategi dan penilaian strategi. Perumusan strategi mencakup pengembangan visi dan misi, identifikasi peluang dan ancaman eksternal suatu organisasi, kesadaran akan kekuatan dan kelemahan internal, penetapan tujuan jangka panjang, pencarian strategi-strategi alternative dan pemilihan strategi tertentu untuk mencapai tujuan. Penilaian strategi adalah tahap terakhir dalam manajemen strategis. Tiga aktivitas penilaian strategi yang mendasar adalah peninjauan ulang factor-faktor eksternal dan internal yang menjadi landasan bagi strategi, pengukuran kinerja, dan pengambilan langkah korektif. Penilaian strategi di perlukan karena apa yang berhasil saat ini tidak selalu berhasil nanti.

Bekerja merupakan salah satu sebab pokok yang memungkinkan manusia memiliki kekayaan. Sebagaimana di kutip oleh Mardani "*Hukum Bisnis Syariah*" menurut Dr. Yusuf Qardhawi, bekerja adalah bagian ibadah dan jihad jika sang pekerja bersikap konsisten terhadap peraturan Allah SWT, suci niatnya dan tidak melupakannya. Dengan bekerja, manusia dapat melaksanakan tugas dan menjaga diri dari maksiat dan meraih tujuan yang sangat besar. Sedangkan, dengan bekerja individu bias memenuhi kebutuhan hidupnya, mencukupi kebutuhan keluarganya, dan berbuat baik dengan tetangganya. semua bentuk yang di berkati agama ini hanya bias trlaksana dengan memiliki harta dan mendapatkannya dengan bekerja. Nabi Muhammad SAW telah memberikan contoh kepada umatnya mengenai bisnis syariah. Sebelum memulai bisnis, pebisnis harus menyusun, menetapkan dan melaksanakan strategi bisnisnya terlebih dahulu. Strategi bisnis tersebut meliputi lima sikap utama yaitu jujur, ikhlas, profesional, silaturahmi, niat suci dan ibadah, dan menunaikan zakat, infaq, dan sadaqoh. Bagi seorang muslim menjalankan usaha merupakan ibadah, sehingga usaha itu harus dimulai dengan niat yang suci (*lillahi ta'ala*), cara yang benar, tujuan yang benar, serta pemanfaatan hasil usaha secara benar pula. Dengan demikian maka ia akan memperoleh garansi keberhasilan dari Allah SWT.

Tulisan ini ingin menjelaskan konsep manajemen strategik dalam perspektif ekonomi syariah. Yang dalamnya mencakup konsep dan tata cara bisnis dalam ekonomi syariah, manajemen strategik pengembangan bisnis dan hal-hal yang harus di lakukan guna mengembangkan bisnis tersebut.

## METODE

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif yang merupakan salah satu dari jenis penelitian yang termasuk dalam jenis penelitian kualitatif. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk membantu mengembangkan bisnis yang ada. Agar bisnis tersebut dapat berkembang dengan pesat dan banyak masyarakat yang mengetahui keberadaan bisnis tersebut.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan berisi manajemen strategi pada bisnis di Panti Asuhan di terapkan dalam bentuk program kerja oleh Panti Asuhan Puteri Aisyiyah adalah sebagai berikut :

- a) Di dasarkan pada analisis kondisi lingkungan masyarakat
- b) Di dasarkan pada analisis sarana atau sumber daya yang di miliki
- c) Identifikasi adanya ketidak seimbangan
- d) Menyusun rencana strategi untuk menseimbangkannya

Manajemen yang di terapkan pada komponen Panti Asuhan Puteri Aisyiyah di buktikan dengan penilaian kembali dan mengevaluasi masalah yang timbul, seperti pemenuhan kebutuhan santri yang tadinya menjadi sumber pemasukan bagi Panti Asuhan Puteri Aisyiyah lambat laun dianggap kurang berkembang, karena hanya dari santri pondok yang menjadi acuan pendapatan. Akhirnya Panti Asuhan berbenah dengan menggabungkan antara kebutuhan santri dan kebutuhan masyarakat, hal ini menyebabkan semakin berkembang. Maksud utama di lakukan manajemen strategi adalah untuk mengidentifikasi kesempatan dan ancaman yang akan di hadapi bisnis di masa depan serta menggali kemampuan sumber daya dan *skill* yang di miliki organisasi yang dapat di gunakan untuk menangani kesempatan dan ancaman sehingga tujuan organisasi dapat dicapai. Manajemen strategi juga mengatur tentang “bagaimana bersaing” dalam produk atau pasar tertentu. Hal ini dalam Panti Asuhan berupa usaha yang dijadikan tolak ukur keberhasilan dan kemajuan panti tersebut.

Adapun program-program kerja dari Panti Asuhan Puteri Aisyiyah ialah:

- a) Unit usaha penyewaan kios atau kedai  
Dala usaha ini program yang dilakukan adalah :
  1. Memperbaiki dan mehias kios, agar terlihat lebih baik sehingga para konsumen akan tertarik
  2. Menambah kios atau kedai
- b) Unit usaha Parkir motor  
Dalam usaha ini program yang di lakukan adalah:
  1. Memperluas wilayah tempat parker
  2. Tempatnya bersih dan teduh
- c) Unit usaha Catering  
Dalam usaha ini program yang di lakukan adalah:
  1. Memperluas jaringan agar para konsumen mengetahui
  2. Kerjasama dengan pihak lain
- d) Unit usaha Rumah Makan  
Dalam usaha ini program yang di lakukan adalah:
  1. Menambah menu masakan
  2. Memperluas jaringan dengan cara memasang iklan atau promosi sehingga masyarakat lebih mengetahui

Acuan pelaksanaan adalah sebuah acuan yang di gunakan untuk menjalankan program dari rencana strategi yang sudah di buat, di antaranya Membuat rumusan fungsi dan tugas yang jelas dari perangkat Panti Asuhan Puteri Aisyiyah. Hal ini berguna untuk mengurangi ketidak jelasan kinerja. Artinya semua pekerjaan dan tugas biasanya di lakukan oleh beberapa orang jadi sering terjadi kelalaian dalam tugas karena banyaknya tugas yang di emban. Hal ini juga di harapkan untuk menumbuhkan rasa tanggung jawab para pengurus dan pelaksana Panti Asuhan. Merangsang proyek percontohan dengan memperhatikan kreatifitas dan kondisi obyektif daerah seperti yang telah di uraikan sebelumnya bahwa setiap rencana usaha atau program itu harus terlebih dahulu di sesuaikan dengan kondisi Panti Asuhan dan masyarakat sekitar Panti Asuhan. Menciptakan sistem monitoring dan evaluasi secara di namis partisipasif membiasakan melakukan proses evaluasi setiap ada masalah oleh semua pengurus. Sehingga semua masalah bisa di ketahui dan bisa menemukan ide tahu cara untuk menghadapi dan memecahkan masalah yang ada.

Proses manajemen strategi pada Panti Asuhan Puteri Aisyiyah di dasarkan pada permintaan dan juga inisiatif dari para anggota pembina. Hal ini menyebabkan pengelola Panti Asuhan Puteri Aisyiyah terus membuat perbaikan pada kinerja dan efektifitas kondisi Panti Asuhan dalam mendatangkan program yang bermanfaat.

Maksud utama di lakukan manajemen strategi adalah untuk mengidentifikasi kesempatan dan ancaman yang akan di hadapi bisnis di masa depan serta menggali kemampuan sumber daya dan *skill* yang di miliki

organisasi yang dapat di gunakan untuk menangani kesempatan dan ancaman sehingga tujuan organisasi dapat dicapai. Manajemen strategi juga mengatur tentang “bagaimana bersaing” dalam produk atau pasar tertentu. Hal ini dalam Panti Asuhan berupa usaha yang dijadikan tolak ukur keberhasilan dan kemajuan Panti Asuhan. Manajemen strategi pada bisnis di Panti Asuhan di terapkan dalam bentuk program kerja oleh Panti Asuhan Puteri Aisyiyah adalah sebagai berikut :

- a) Di dasarkan pada analisis kondisi lingkungan masyarakat
- b) Di dasarkan pada analisis sarana atau sumber daya yang di miliki
- c) Identifikasi adanya ketidak seimbangan
- d) Menyusun rencana strategi untuk menseimbangkannya

Adapun program-program kerja dari Panti Asuhan Puteri Aisyiyah ialah:

- a) Unit usaha penyewaan kios atau kedai  
Dala usaha ini program yang dilakukan adalah :
  1. Memperbaiki dan mehias kios, agar terlihat lebih baik sehingga para konsumen akan tertarik
  2. Menambah kios atau kedai
- b) Unit usaha Parkir motor  
Dalam usaha ini program yang di lakukan adalah:
  1. Memperluas wilayah tempat parker
  2. Tempatnya bersih dan teduh
- c) Unit usaha Catering  
Dalam usaha ini program yang di lakukan adalah:
  1. Memperluas jaringan agar para konsumen mengetahui
  2. Kerjasama dengan pihak lain
- d) Unit usaha Rumah Makan  
Dalam usaha ini program yang di lakukan adalah:
  1. Menambah menu masakan
  2. Memperluas jaringan dengan cara memasang iklan atau promosi sehingga masyarakat lebih mengetahui

Untuk lebih jelasnya dalam mengembangkan bisnis yang harus di lakukan adalah dengan meningkatkan pelayanan konsumen, meningkatkan promosi, menambah jumlah karyawan, membuat manajemen keuangan. Secara umum, strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan maupun organisasi di mana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Dengan demikian, strategi pemasaran dalam sebuah perusahaan tidak dapat di lakukan hanya sekali proses saja, namun butuh proses panjang untuk membuat strategi pemasaran yang sesuai dengan perusahaan tersebut.

Secara umum, strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan maupun organisasi di mana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Dengan demikian, strategi pemasaran dalam sebuah perusahaan tidak dapat di lakukan hanya sekali proses saja, namun butuh proses panjang untuk membuat strategi pemasaran yang sesuai dengan perusahaan tersebut.<sup>1</sup> Hal yang paling mendasar dan di perlukan dalam strategi pemasaran adalah bagaimana cara dan upaya untuk menarik minat masyarakat agar mau datang ke Rumah makan maupun berminat untuk menyewa di kios yang telah ada agar dapat bertahan ataupun menambah jumlah pembeli atau penyewa ditempat tersebut.

Cara-cara strategi pemasaran yang dapat di lakukan untuk pengembangan bisnis antara lain yaitu sebagai berikut :

*Pertama*, melakukan kegiatan Promosi. Promosi yang di lakukan Panti Asuhan yaitu dengan cara membuat spanduk, brosur, dan lewat sosial media.

*Kedua*, Pelayanan prima, dalam hal ini pramuniaga maupun pengurus harus bersikap ramah dan siap dalam memberikan pelayanan yang terbaik dengan konsep 7S yaitu : Salam, Senyum, Sapa, Sopan, Santun, Siap dan Siaga, sehingga potensi pelayanan sanagat di utamakan.

Dalam islam tujuan memasarkan produknya secara Islami adalah dengan pengukuran yang bersandarkan pada kebenaran, kejujuran, keikhlasan dan saling memberi manfaat antara satu dengan yang lain. Kejujuran dalam kegiatan bisnis merupakan hal yang terpenting yang harus di ketahui sebagai landasan dalam ekonomi Islam. Dalam ekonomi islam memasarkan produk juga harus berdasarkan pada konsep strategi pemasaran yang bersandarkan kepada ketuhanan, etis dan humanitis.

---

<sup>1</sup> Sumber dari Panti Asuhan Puteri Aisyiyah , wawancara dengan ketua Panti Asuhan Puteri Aisyiyah Hj. Maserah, tanggal 16 juni 2018

## **PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Setelah penulis menguraikan hasil dan pembahasan tentang manajemen strategik dalam mengembangkan bisnis di Panti Asuhan Puteri Aisyiyah menurut perspektif ekonomi syariah, maka penulis dapat menguraikan beberapa kesimpulan berdasarkan batasan dan rumusan masalah yang penulis bahas dalam skripsi ini, sebagai berikut:

1. Manajemen yang di terapkan pada komponen Panti Asuhan Puteri Aisyiyah di buktikan dengan penilaian kembali dan mengevaluasi masalah yang timbul, seperti pemenuhan kebutuhan santri yang tadinya menjadi sumber pemasukan bagi Panti Asuhan Puteri Aisyiyah lambat laun di anggap kurang berkembang, karena hanya dari santri pondok yang menjadi acuan pendapatan. Akhirnya Panti Asuhan berbenah dengan menggabungkan antara kebutuhan santri dan kebutuhan masyarakat, hal ini mnnyebabkan semakin berkembangnya perekonomian yang ada di Panti Asuhan Puteri Aisyiyah.
2. Pembuatan manajemen strategi di Panti Asuhan Puteri Aisyiyah di dasarkan untuk memberikan bantuan dan manfaat bagi kemajuan Panti Asuhan serta membantu masyarakat sekitar Panti Asuhan agar mereka dapat mudah mendapatkan wadah sebagai pemenuhan kubutuhan sehari-hari atau kebutuhan ekonominya. Dalam analisis ini upaya Panti Asuhan untuk mengenali dan memahami potensi yang di miliki antaranya keuangan (modal), sumber daya manusianya, sumber daya yang berbentuk barang, dan lainnya. Selain itu analisis ini yang di lakukan oleh pihak Panti adalah memperoleh gambaran atas kekuatan yang dimiliki, serta kelemahan-kelemahan dan kekurangan-kekurangan yang di miliki Panti dan lainnya, sehingga pada hasil final dari analisis ini pihak Panti Asuhan sudah bisa memiliki peta kekuatan dan kelemahan dalam pembuatan rencana kegiatan bisnis di Panti. Setelahnya adalah merupakan usaha dari pihak Panti mencari alternatif-alternatif lain yang bisa di pakai sebagai cara untuk menyeimbangkan antara saran yang di miliki oleh Panti dengan kondisi lingkungan. Adapun alternatif-alternatif lain yang timbul pada saat proses ini di sesuaikan dengan kondisi yang di alami oleh pihak panti. Apakah harus meningkatkan kemampuan dan keterampilan para pengurus dan para santri, bisa juga menambah atau membuat fasilitas-fasilitas yang di butuhkan, bisa juga mengadakan kerjasama dengan pihak luar yang belum atau yang sudah pernah menawarkan kerja sama.

### **B. Saran**

1. Berdasarkan hasil dari penelitian ini penulis dapat memberikan saran-saran yaitu bagi Panti Asuhan Puteri Aisyiyah hendaknya selalu meningkatkan kreatifitas dan inovasi terbaru demi kemajuan bisnis yang sudah di jalankan. Dan juga harus selalu menjaga eksistensi serta kesolidan dalam suatu organisasi. Memperbanyak jumlah usaha yang beraneka ragam serta tetap mengutamakan kualitas produk, karena masyarakat telah banyak mengenal usaha-usaha yang ada di Panti Asuhan Puteri Aisyiyah.
2. Selalu mengevaluasi dan mengontrol sistem manajemen strategi yang telah di terapkan agar bisnis yang di jalankan bisa maju dan pesat sehingga dapat membantu perekonomian para santri maupun masyarakat sekitar.

## REFERENSI

- Karim. A Adiwarmanto A.Karim, *Ekonomi Mikro Islam* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), hlm.102
- Brian R. Ford, Jay M. Bornstein dan Patrick T. Pruitt, *The Ernst & Young Business Plain*, penerjemah Irma Andriani, (Jakarta: PT. Cahaya Insani Suci, 2008), hlm.227
- David, Fred R, *Manajemen Strategis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2012), hlm. 5
- David, Fred R, *Manajemen Strategis*, (Jakarta: Salemba Empat, 2012), hlm. 6-7
- Griffin & Ebert, *Bisnis* (Jakarta:Erlangga, 2007) hlm.12
- Hasan Aedy, *Teori dan Aplikasi Etika Bisnis Islam* (Bandung: Cetakan Pertama, Alfabeta, 2015), hlm.121
- Hisrich Peter, *Perencanaan Bisnis ( Business Plan)*,(Jakarta: Salemba Empat, 1995) hlm. 113
- John M. Bryson, *Perencanaan Strategis Bagi Organisasi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hlm.15
- Kustoro Budiarta, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta:Mitra Wacana Media, 2009), hlm. 153
- Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syariah*, (Banjarmasin:Penerbit AntasariPerss), 2011, hlm. 40
- Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syariah*, (Banjarmasin:Penerbit AntasariPerss), 2011, hlm. 41
- Mardani, *Hukum Bisnis Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), hlm. 79
- Pardede, Pontas M, *Manajemen Strategik dan Kebijakan Perusahaan*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011), hlm. 23
- Prawirosentono dan Primasari, *Manajemen Strategik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm.7
- Sutrisno Hadi, *Metodologi Research Jilid II* (Yogakarta:Andi Offset, 1998), hlm.136